

ปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเอง
ที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

นายนพดล เพิ่มสมบูรณ์

วิทยานิพนธ์นี้สำหรับการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
ปีการศึกษา 2552

**COACHING AND SELF - EFFICACY FACTORS
INFLUENCING JOB PERFORMANCE OF
CAR SALES REPRESENTATIVES IN LOWER
NORTH-EASTERN REGION**

Noppadon Permsomboon

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Degree of Master of Management Technology
Suranaree University of Technology
Academic Year 2009**

ปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเอง
ที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(อ. ดร.สุนิศา เกื้อนาคี)
ประธานกรรมการ

(อ. ดร.วรพจน์ สุทธิสัย)
กรรมการ (อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์)

(รศ. ดร.ขวัญกมล คอนขวา)
กรรมการ

(ศ. ดร.ชูกิจ ลิมปิจำนงค์)
รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

(อ. ดร.พีรศักดิ์ สิริโยธิน)
คณบดีสำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

นพดล เพิ่มสมบูรณ์ : ปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเอง ที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (COACHING AND SELF - EFFICACY FACTORS INFLUENCING JOB PERFORMANCE OF CAR SALES REPRESENTATIVES IN LOWER NORTH-EASTERN REGION) อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ ดร.วรพจน์ สุทธิสัย, 170 หน้า.

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการได้รับการสอนงาน การรับรู้ความสามารถของตนเอง และผลการปฏิบัติงาน ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงาน ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองกับผลการปฏิบัติงาน และศึกษาปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานขายรถยนต์ที่ปฏิบัติงานมากกว่า 4 เดือนขึ้นไป ในสำนักงานใหญ่ของบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ 8 ยี่ห้อ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ทั้ง 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ จำนวน 200 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่เป็นร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่ามัธยฐาน t-tests, One-way ANOVA สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันและวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

จากผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับการสอนงาน ระดับการรับรู้ความสามารถของตนเอง และระดับผลการปฏิบัติงานโดยรวมของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง โดยรวมอยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณาผลการปฏิบัติงานรายด้าน พบว่า ความสามารถในการขายอยู่ระดับปานกลาง 2) พนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างที่มีเพศแตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยผลการปฏิบัติงานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.04 โดยเพศชายมีผลการปฏิบัติงานสูงกว่าเพศหญิง 3) ปัจจัยด้านการสอนงาน ได้แก่ การกำหนดวัตถุประสงค์ การอธิบายและแสดงวิธีการขายให้ดู และปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ได้แก่ การปิดการขายมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถร่วมทำนายผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างได้ร้อยละ 9.30

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ
ปีการศึกษา 2552

ลายมือชื่อนักศึกษา _____
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา _____

NOPPADON PERMSOMBON : COACHING AND SELF - EFFICACY
FACTORS INFLUENCING JOB PERFORMANCE OF CAR SALES
REPRESENTATIVES IN LOWER NORTH-EASTERN REGION. THESIS
ADVISOR : WORAPOTE SUTHISAI, Ph.D. 170 PP.

COACHING/ SELF - EFFICACY / JOB PERFORMANCE

The study is cross sectional, aimed to study coaching and self-efficacy factors influencing job performance of car sales representatives in lower north-eastern region. The studied sampling group included 200 sales representatives. The statistical analysis used in this research were percentages, mean, standard deviation, median, t-test, one-way ANOVA, Pearson's product moment correlation coefficient, and stepwise multiple regression analysis.

The research revealed the following results: 1) coaching for sales representatives, self-efficacy, and job performance of sales representatives in lower north-eastern region were at high levels, however, considering each dimension the job performance of sales representatives was at moderate level; 2) gender was significantly correlated to job performance at 0.04 statistically significant level, male was higher than female; 3) coaching about objective setting, work demonstration, and self-efficacy in sales closing altogether was sufficient to predict job performance at 0.05 statistically significant level with cooperative prediction at 9.30 percent.

School of Management Technology

Student's Signature _____

Academic Year 2009

Advisor's Signature _____

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ ด้วยความกรุณาจาก ดร.สุนิศา เกื่อนนาดี ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ ร.ศ. ดร.ขวัญกมล ดอนขวา กรรมการวิทยานิพนธ์ และด้วยความเมตตาจาก ดร.วรพจน์ สุทธิสัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ สำนักเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ที่ได้ให้คำปรึกษาแนะนำ รวมทั้งช่วยเหลือไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านด้วยความเคารพอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ คุณสุทธาทิพย์ ห่อประทัดพงศ์ เลขาผู้บริหาร/ เจ้าหน้าที่บุคคล ผู้จัดการฝ่ายขาย และหัวหน้าทีมขาย บริษัทโตโยต้า ไทยเอ็น นครราชสีมา ที่ให้ความกรุณาตรวจสอบความตรงในเนื้อหาของเครื่องมือและให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ ที่สอดคล้องกับบริบทการบริหารงานของธุรกิจรถยนต์ และการปฏิบัติในหน่วยงานจริงของพนักงานขายรถยนต์ และขอขอบพระคุณอาจารย์สาขาเทคโนโลยีการจัดการทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ ความเอาใจใส่อย่างดียิ่งตลอดหลักสูตรซึ่งผู้วิจัยได้นำความรู้มาประยุกต์ใช้ในการทำวิจัย

พร้อมกันนี้ ขอขอบพระคุณผู้จัดการฝ่ายขาย หัวหน้าทีมขาย และพนักงานขายรถยนต์ บริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามด้วยความตั้งใจ และขอขอบพระคุณพี่ ๆ และเพื่อน ๆ ร่วมรุ่น MM3 ทุกท่านที่คอยเป็นกำลังใจซึ่งกันและกัน ค่อยเป็นแรงผลักดันให้ผู้วิจัยมีแรงใจ และความมุ่งมั่นในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จตามที่ตั้งใจไว้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อธนพล – คุณแม่ปราณี เพิ่มสมบูรณ์ เป็นอย่างยิ่งที่ทำให้การอบรมเลี้ยงดู ให้ทุนการศึกษาและสนับสนุนการศึกษาเป็นอย่างดีมาโดยตลอด จนทำให้ผู้วิจัยประสบความสำเร็จในครั้งนี้

นพดล เพิ่มสมบูรณ์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ (ภาษาไทย).....	ก
บทคัดย่อ (ภาษาอังกฤษ).....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ช

บทที่

1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	7
1.3 สมมติฐานในการวิจัย.....	7
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	9
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
1.6 คำอธิบายศัพท์.....	10
2 ปรกัสนัวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
2.1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับผลการปฏิบัติงาน และการประเมินผล การปฏิบัติงานพนักงานขาย.....	14
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสอนงาน.....	24
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถของตนเอง.....	35
2.4 แนวคิดกับพนักงานขาย และกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย.....	45
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	49
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	57
3.1 วิธีวิจัย.....	57
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	57

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

3.3	ตัวแปรที่ทำการวิจัย.....	60
3.4	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	61
3.5	การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ.....	68
3.6	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	71
3.7	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผล.....	73
4.1	รายงานผลการวิจัย.....	73
4.2	การอภิปรายผล.....	103
5	สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ.....	133
5.1	สรุปผลการวิจัย.....	133
5.2	ข้อเสนอแนะ.....	137
	รายการอ้างอิง.....	142
	ภาคผนวก.....	150
	ภาคผนวก ก. แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	151
	ภาคผนวก ข. สัญญาลักษณ์แทนค่าสถิติและกำหนดสัญญาลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปร.....	167
	ประวัติผู้เขียน.....	170

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1	จำนวนประชากรของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง.....58
3.2	การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของชั้นภูมิเป็นสัดส่วนกับจำนวนทั้งหมดในชั้นภูมิ.....60
3.3	จำนวนพนักงานขายรถยนต์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล.....74
4.2	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลเกี่ยวกับภาพรวมระดับ ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการสอนงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง.....77
4.3	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็น ของพนักงานขายรถยนต์ต่อแหล่งที่มาของการรับรู้ความสามารถของตนเอง.....78
4.4	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของ พนักงานขายรถยนต์ต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขาย.....79
4.5	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลเกี่ยวกับระดับ ความคิดเห็นของพนักงานขายรถยนต์ต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง.....80
4.6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของ หัวหน้างานต่อผลการปฏิบัติงานขายของพนักงานขายรถยนต์.....81
4.7	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลเกี่ยวกับระดับ ความคิดเห็นของหัวหน้างานต่อความสามารถในการขายของพนักงานขายรถยนต์.....81
4.8	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็น ของหัวหน้างานต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์.....82
4.9	การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายรถยนต์ ในด้านเพศ สาขาวิชา และประสบการณ์ ที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของ พนักงานขายรถยนต์.....82
4.10	การเปรียบเทียบความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายรถยนต์ใน ด้านสถานภาพสมรสที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์.....84

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.11 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายรถยนต์ในด้านระดับการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์.....	85
4.12 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายรถยนต์ในด้านอายุที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์.....	86
4.13 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายรถยนต์ในระยะเวลาการปฏิบัติที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์.....	87
4.14 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ค่าระดับนัยสำคัญ ระหว่างปัจจัยด้านการสอนงานกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์.....	88
4.15 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ค่าระดับนัยสำคัญ ระหว่างปัจจัยด้านการสอนงานกับผลการปฏิบัติงานขาย.....	89
4.16 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ค่าระดับนัยสำคัญ ระหว่างปัจจัยด้านการสอนงานกับความสามารถในการขาย.....	90
4.17 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ค่าระดับนัยสำคัญ ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์.....	91
4.18 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ค่าระดับนัยสำคัญ ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองกับผลการปฏิบัติงานขาย.....	92
4.19 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ค่าระดับนัยสำคัญ ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองกับความสามารถในการขาย.....	94
4.20 ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสอนงาน การรับรู้ความสามารถของตนเอง และผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์.....	96
4.21 ตัวแปรพยากรณ์ที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์.....	97
4.22 ตัวแปรพยากรณ์ที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการขาย.....	99
4.23 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานขายรถยนต์เกี่ยวกับการสอนงานของหัวหน้างาน.....	101
4.24 ความคิดเห็นของพนักงานขายรถยนต์ต่อหัวหน้าทีมขายเกี่ยวกับขั้นตอนการสอนงาน.....	102

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.25 ความคิดเห็นของพนักงานขายรถยนต์ต่อความสำคัญในการสอนงาน.....	102
4.26 ความคิดเห็นของพนักงานขายรถยนต์เกี่ยวกับความมั่นใจในงานขาย.....	103

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 การใช้ประโยชน์จากผลการประเมินผลการปฏิบัติงาน.....	22
2.2 แบบจำลองแสดงความแตกต่างการสอนงาน พี่เลี้ยง และ การให้คำปรึกษาตามช่วงเวลา.....	27
2.3 แบบจำลองการสอนงานของ O' Connor and Lages.....	29
2.4 แบบจำลองการสอนงานของ Hanson.....	30
2.5 แบบจำลองการสอนงาน (The Coach Model).....	31
2.6 กระบวนการสอนงาน (The Coaching Process).....	33
2.7 ความสัมพันธ์ระหว่างการกำหนดซึ่งกันและกันของพฤติกรรม (B) ปัจจัยส่วนบุคคลภายใน (I) และปัจจัยสภาพแวดล้อม (E).....	36
2.8 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองและ ความคาดหวังผลที่จะเกิดขึ้น.....	38
2.9 พฤติกรรมและสภาวะทางอารมณ์ที่เกิดจากการรับรู้ความสามารถของตนเอง และความคาดหวังผลที่จะเกิดขึ้น จากการกระทำในระดับที่แตกต่างกัน.....	39
2.10 ความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งการรับรู้ความสามารถของตนเองกับพฤติกรรม.....	42
2.11 ความสัมพันธ์ของการรับรู้ความสามารถของตนเองกับผลลัพธ์.....	43
2.12 ขั้นตอนของกระบวนการขาย (Step in the Creative Selling Process).....	46
4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์.....	98
4.2 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ความสามารถในการขาย.....	100

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม และเทคโนโลยี รวมถึงการแข่งขันทางด้านธุรกิจที่ต่างฝ่ายต่างใช้วิธีการและกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน จึงทำให้ผู้บริหารต้องเตรียมความพร้อมทางด้านทรัพยากรบุคคล เงินทุน ระบบการบริหารจัดการ เครื่องจักรหรืออุปกรณ์ที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจ ทรัพยากรบุคคลถือเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญต่อการเป็นอยู่อย่างยั่งยืนถึงแม้องค์กรจะมีความพร้อมในทุกด้าน แต่หากขาดทรัพยากรบุคคลที่มีความรู้ ความชำนาญในงาน จะทำให้ผลการปฏิบัติงานขององค์กรไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ จึงทำให้ หัวหน้างานเข้ามามีบทบาทสำคัญในการสอนงาน ติดตาม ควบคุมการทำงานเพื่อให้ลูกน้องเกิดความชำนาญ และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องตรงตามเป้าหมายขององค์กร การสอนงานเป็นการมองที่กระบวนการหรือเทคนิคในการสอนและชี้แนะการปฏิบัติงาน แต่หากพนักงานขาดการรับรู้ความสามารถของตนเอง ที่เชื่อว่าตนสามารถปฏิบัติงานที่ท้าทายได้ ถึงกระบวนการสอนงานจะวางรูปแบบไว้ดีเพียงไร ย่อมทำให้ผลการปฏิบัติงานของพนักงานไม่เป็นไปตามเป้าหมาย สาขานานหนึ่งที่ถือว่าเป็นสาขานานหลักที่สร้างยอดขายให้กับองค์กรที่ใช้การสอนงาน และต้องอาศัยการรับรู้ความสามารถของตนเองในการทำงานคือ พนักงานขาย

พนักงานขาย เป็นตัวแทนขององค์กรที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ การสร้างความประทับใจในตัวสินค้า การสื่อสารข้อมูลข่าวสารขององค์กร และมีส่วนสำคัญในการโน้มน้าวให้เกิดการซื้อขาย พนักงานขายมีส่วนในการรวบรวมข้อมูลของลูกค้า สถานการณ์การแข่งขัน และข้อมูลความต้องการของลูกค้า เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และใช้ข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดขององค์กร คำว่า พนักงานขาย ซึ่งแต่เดิมจะใช้คำว่า Salesman หรือ Sales Person แต่ปัจจุบันทั้งในและต่างประเทศนิยมใช้คำว่า Sales Representative ซึ่งหมายถึง ตัวแทนขายหรือพนักงานขาย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ, 2546) ซึ่งเป็นผู้ติดต่อกับลูกค้าโดยตรงและเป็นตัวแทนขององค์กร อีกทั้ง Solomon et al. (2006) ยังได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้พนักงานขายไว้ดังนี้ พนักงานขายสามารถผลักดันกลยุทธ์สู่การปฏิบัติงานได้ การใช้พนักงานขายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่มีความสลับซับซ้อนหรือใช้เทคโนโลยีระดับสูง

เพื่ออธิบายรายละเอียดและสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ สินค้าที่มีมูลค่าสูงหรือราคาแพง การนำเสนอสินค้าด้านบริการ และธุรกิจที่เกี่ยวกับการเจรจาต่อรอง ซึ่งจำเป็นที่จะต้องขายโดยพนักงาน

จากปัจจัยข้างต้นแสดงให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของพนักงานขายที่มีต่อกิจกรรมทางการตลาดขององค์กร จึงทำให้งานขายต้องมีการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ เป็นรายเดือน รายไตรมาส และรายปี แล้วแต่นโยบายของแต่ละองค์กรในการประเมินผลการปฏิบัติงาน ฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งถือว่าเป็นหน่วยงานสนับสนุนจะเข้ามามีส่วนร่วมกับผู้บริหารฝ่ายการตลาด ในการกำหนดแนวทางการประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยจะมีเป้าหมาย และมาตรฐานการปฏิบัติงานที่กำหนดจากผู้บริหารองค์กรหรือผู้บริหารฝ่ายการตลาด ฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์จะมีหน้าที่ในการนำเป้าหมาย และมาตรฐานในการปฏิบัติงานที่กำหนดขึ้นมาออกแบบ และกำหนดวิธีการประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อให้เครื่องมือสอดคล้องกับเป้าหมายและผลการปฏิบัติงานที่พนักงานขายสามารถปฏิบัติงานได้จริง

การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Appraisal) เป็นกระบวนการประเมินค่าบุคคลผู้ปฏิบัติงานในด้านต่าง ๆ (อลงกรณ์ มีสุทธา และสมิต สัจฉกร, 2549) โดยการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานกับเกณฑ์หรือมาตรฐานการปฏิบัติงานที่องค์กรตั้งไว้ และนำผลการประเมินแจ้งให้ผู้ปฏิบัติงานได้ทราบ เพื่อทำการปรับปรุงผลการปฏิบัติงาน (Hitt et al. 2005) อีกทั้งการประเมินผลการปฏิบัติงานยังสามารถนำไปเชื่อมโยงกับกระบวนการต่าง ๆ ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่นำข้อมูลหรือผลการประเมินการปฏิบัติงานไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ (Das, 2003) เช่น การพัฒนาและฝึกอบรมการจ่ายค่าตอบแทน การเลื่อนตำแหน่ง การปรับปรุงผลการปฏิบัติงาน และการสอนงาน เป็นต้น

การสอนงาน (Coaching) เป็นวิธีการหนึ่งของการฝึกอบรมขณะปฏิบัติงาน (On-The-Job Training) หรือการศึกษาการปฏิบัติงานขณะปฏิบัติงาน (On-The-Job Approach) (สมชาย หิรัญกิตติ, 2542), Galley (1986 quoted in Williams, 2005) กล่าวว่า การสอนงานเป็นกระบวนการปลดปล่อย (Unlocking) ศักยภาพของบุคคลให้มากที่สุด หรือปรับปรุงและพัฒนาผลการปฏิบัติงานรวมถึงทักษะของบุคคล โดยหัวหน้างาน เพื่อนร่วมงานที่มีผลการปฏิบัติงานที่ดี เชื่อม และรวมถึงการให้คำแนะนำจากผู้ชำนาญ (Expertise) ทั้งจากภายในหรือภายนอกองค์กร การสอนงานเป็นกระบวนการสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication Process) ระหว่างผู้สอนงาน (Coacher) และผู้ถูกสอนงาน (Coachee) ที่ไม่ใช่การสอนหรือการรับฟังคำเตือนจากหัวหน้างานอย่างเดียว ผู้สอนงานสามารถช่วยวินิจฉัยงานว่าควรปรับปรุงสิ่งใดและปรับปรุงอย่างไร (Michita, 2006) การสอนงานให้ความสำคัญกับการปรับปรุงผลการปฏิบัติงานของบุคคล โดยมีปัจจัยแห่งความสำเร็จคือ ความยืดหยุ่น (Flexibility) ตามสถานการณ์ (Phillip, 1996) และ

กระบวนการที่หันกลับมาให้ความสำคัญกับเป้าหมาย (Goal-Oriented Process) (Rider, 2002) และการสอนงานเป็นการมุ่งเน้นการพัฒนาเฉพาะเจาะจง ถ่ายทอดประสบการณ์โดยตรง และใช้ระยะเวลาอันสั้น อีกทั้งยังมุ่งการปรับปรุงผลการปฏิบัติงานในปัจจุบัน (Jarvis, 2004, quoted in Williams, 2005)

สำหรับนักวิชาการและงานวิจัยในประเทศไทย มีผู้กล่าวถึงและให้ความหมายการสอนงานไว้หลายท่าน เช่น บุศริน เอียวสียก (2545) กล่าวถึง การสอนงานว่าเป็นกลยุทธ์หรือกลวิธีในการ สอนเพื่อช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานมีการพัฒนาหรือเพิ่มพูนความรู้ ทักษะในการปฏิบัติกิจกรรม เพื่อแก้ไขให้เกิดความมั่นใจ ให้ข้อมูลป้อนกลับ ให้การช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ ซึ่งสอดคล้องกับ นพ ศรีบุญนาค (2546) กล่าวว่า การสอนงาน เป็นวิธีการที่ผู้บังคับบัญชาสอนหรือให้ความรู้ ตลอดจนทักษะเกี่ยวกับการทำงานของผู้ใต้บังคับบัญชา โดยหัวหน้าจะชี้ให้เห็นงานทราบว่าเขาต้องการให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติงานอะไร และแนะนำวิธีการทำงานที่ประสบความสำเร็จในการทำงานนั้น ๆ และวิธีการนี้ต้องการส่งข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ให้แก่พนักงาน การสอนงานจึงต้องมีรูปแบบหรือขั้นตอนที่ใช้ในการสอนงาน เพื่อให้การสอนงานเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการใช้งาน ซึ่งจะช่วยให้หัวหน้างานเกิดการเรียนรู้ เกิดการปรับปรุง ในรูปแบบหรือขั้นตอนที่ใช้ในการสอนงาน

รูปแบบและขั้นตอนที่ใช้ในการสอนงาน มีผู้นำเสนอไว้หลายท่าน เช่น Hanson (2003 quoted in Williams, 2005) ได้อธิบายว่า รูปแบบการสอนงานต้องเป็นกระบวนการที่ไม่เป็นการชี้นำ ผู้ถูกสอนงาน ซึ่งจะต้องทำให้เขาแสดงศักยภาพให้มากที่สุด เพื่อให้เป้าหมายบรรลุผล และกลายเป็นสิ่งที่ติดตัวเขาไปใช้ในการทำงาน และการปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบ ผู้สอนงานและผู้ถูกสอนงานต้องเตรียมเครื่องมือและโครงสร้างที่สามารถประยุกต์ใช้กับความล้มเหลวของการสอนงานระดับบุคคล ซึ่งภายในรูปแบบการสอนงานจะแสดงบทบาท และความรับผิดชอบของผู้สอนงานที่ต้องเตรียมพื้นที่และเวลาสำหรับสะท้อนกลับ ก่อให้เกิดการตระหนักรู้ เอื้ออำนวยการเรียนรู้ และจัดเตรียมการสนับสนุนผ่านกระบวนการเปลี่ยนแปลง ดังนี้ เป้าหมาย (Goal) การเพิ่มความตระหนักรู้ (Increase Awareness) การวางแผนเพื่อการเปลี่ยนแปลง (Plan for Change) การปฏิบัติ (Action) และการพิจารณาและ การทบทวน (Review) นอกจากนี้ Michita (2006) ยังได้กล่าวถึง กระบวนการสอนงาน (The Coach Process) ไว้ 4 ขั้นตอนดังนี้ คือ (1) ความชัดเจนในความต้องการ (Clarifying Needs) ผู้สอนงานจะต้องทำความเข้าใจในเป้าหมายที่ตนเองต้องการ (2) การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective Setting) ในการกำหนดวัตถุประสงค์ควรเกิดจากทั้งผู้สอนงานและผู้ถูกสอนงาน เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมและการยอมรับสนับสนุนในเป้าหมาย (3) การเขียนแผนปฏิบัติงาน (Action Plan Designing) เป็นความเหมาะสมของการสรุปภาพรวมในการสอนงาน

โดยการกำหนดแผนปฏิบัติงานของการสอนงาน เป้าหมาย วัตถุประสงค์ ระยะเวลา ผลลัพธ์ที่ต้องการ การปฏิบัติงาน ทักษะที่ต้องการปรับปรุง และ (4) การประเมิน (Checking Activities) เป็นการประเมิน การปฏิบัติงาน ทักษะและผลลัพธ์ของการเรียนรู้ ความตั้งใจในการประเมินเพื่อให้แน่ใจว่าผลของการ สอนงานเป็นไปตามแผนปฏิบัติงานที่กำหนดขึ้น และ สุรพล พยอมแย้ม (2545) ได้กล่าวถึง รูปแบบหรือ เทคนิคการสอนงานโดยใช้กระบวนการ 4 ขั้นตอน ดังนี้ คือ (1) การใช้การจูงใจ (Motivation) ซึ่งทำให้ ผู้เรียนรู้สึกว่างานนั้นทำได้ไม่ยากเกินความสามารถ และกระตุ้นให้ผู้เรียนสนใจและต้องการเรียน (2) การบอกเล่าและแสดงให้ดู (Tell and Show) เป็นการสาธิตวิธีการทำงานทุกขั้นตอนอย่างสมบูรณ์ แสดงให้ผู้ดูตามลำดับขั้นตอนพร้อมรายละเอียดประกอบ (3) การทดสอบความรู้ความเข้าใจ (Test) เป็นการให้ผู้เรียนพูดและแสดงให้ผู้ดูตามที่ได้เรียนรู้ไป และ (4) การตรวจสอบติดตามผล (Check) เป็น การให้ผู้เรียนทราบว่าใครคือผู้ที่ช่วยเหลือเขาเมื่อมีปัญหาการทำงาน ให้ผู้เรียนลงมือปฏิบัติจริงหรือ ทดลองทำ ติดตาม ชักถาม ทบทวน

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีในข้างต้น มากำหนดรูปแบบและขั้นตอนการสอนงานที่เหมาะสม ในการศึกษาวิจัยได้ดังนี้ คือ (1) การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective Setting) การสอนงานต้องมื การกำหนดวัตถุประสงค์ในการปฏิบัติ เพื่อให้มีเป้าหมายและความผูกพันในสิ่งที่จะทำ (2) การจูงใจ หรือการให้รางวัล (Motivation or Reward) เป็นการกระตุ้นให้ผู้ถูกสอนงานเกิดความสนใจและ ความพยายามที่จะเรียนรู้ (3) การบอกเล่าและแสดงให้ดู (Tell and Show) เป็นเทคนิคการสอนงาน ที่ผู้สอนงานบอกเล่าถึงประสบการณ์หรือบทเรียนที่ผ่านมาทั้งสำเร็จและล้มเหลวให้ผู้ถูกสอนงานฟังและ ยังแสดงท่าทางวิธีการที่ถูกต้องในการปฏิบัติงาน (4) การทดสอบความรู้ความเข้าใจ (Test) เป็นการ ทดสอบ การปฏิบัติงานจริง เพื่อให้แน่ใจว่าผู้ถูกสอนงานมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องและ สามารถปฏิบัติงานได้จริง (5) การปฏิบัติ (Action) เป็นการลงมือปฏิบัติงานในสถานการณ์จริง เพื่อนำความรู้ที่ได้ไปปฏิบัติงาน (6) การตรวจสอบติดตาม (Check) หัวหน้างานหรือผู้สอนงาน ต้องทำหน้าที่ติดตาม และคอยชี้แนะแนวทางและคอยตอบข้อซักถามหรือแก้ปัญหา เมื่อผู้ถูกสอน งานมีปัญหาเกิดขึ้นในการปฏิบัติงาน และ (7) การป้อนข้อมูลย้อนกลับหรือการให้ข้อเสนอแนะ (Feedback or Suggestion) เป็นการที่หัวหน้างานหรือผู้สอนงาน นำผลการปฏิบัติงานแจ้งให้ ผู้ถูกสอนงานทราบ เพื่อให้ทราบถึงสิ่งที่ต้องปรับปรุง และซักถามข้อสงสัยในขั้นตอนการปฏิบัติงาน ซึ่งจะช่วยให้ผู้ถูกสอนงานเกิดการเรียนรู้ที่รวดเร็ว ถูกต้อง และยังสร้างความเข้าใจที่ดีต่อกันระหว่าง หัวหน้างานและลูกน้อง รูปแบบและขั้นตอนในการสอนงานที่กำหนดในข้างต้น เป็นการมองที่ กระบวนการที่ใช้ในการสอนงานของหัวหน้างาน แต่การสอนงานยังประกอบไปด้วยผู้ถูกสอนงานซึ่ง เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้การสอนงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ถึงแม้กระบวนการสอนงานจะมี

ขั้นตอนที่สมบูรณ์เพียงไร หากตัวผู้ถูกสอนงานมีการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) ในระดับต่ำก็จะทำให้ผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับต่ำหรือไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

แนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) มาจากทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) โดย Albert Bandura ในปี 1986 โดยในระยะแรก Bandura ได้เสนอแนวคิดของความคาดหวังความสามารถของตนเอง (Efficacy Expectation) โดยให้ความหมายว่าเป็นความคาดหวังที่เกี่ยวข้องกับความสามารถของตนเองในลักษณะที่เฉพาะเจาะจง และความคาดหวังนี้เป็นตัวกำหนดการแสดงออกของพฤติกรรม แต่ต่อมา Bandura ได้ใช้คำว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) โดยให้ความหมายว่าเป็นความเชื่อของบุคคลที่ตัดสินใจเกี่ยวกับความสามารถของตนเอง ในการผลิตหรือกระทำพฤติกรรมที่ส่งผลต่อระดับการปฏิบัติงาน ความเชื่อในความสามารถของตนเอง สามารถรู้ได้จากความรู้สึกลึกซึ้งของบุคคล การคิด แรงจูงใจ และพฤติกรรมที่แสดงออก (Bandura, 1994), Gordon (1999) ได้กล่าวถึง การรับรู้ความสามารถของตนเอง ว่าเป็นการรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับความสามารถของเขาในการปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จได้หรือไม่ ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ความยากของเป้าหมาย ความผูกพันต่อเป้าหมาย และงานที่พนักงานเลือก ซึ่งสอดคล้องกับ Nairne (2000) ที่ว่าการรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นความเชื่อในความสามารถของบุคคลที่สามารถปฏิบัติงานหรือทำให้เป้าหมายบรรลุผลสำเร็จ และมีงานวิจัยที่สนับสนุนทฤษฎีการรับรู้ความสามารถของตนเองที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน เช่น Gist, Schwoerer and Rosen (1989) ที่ศึกษาผลกระทบจากทางเลือกวิธีการฝึกอบรม การรับรู้ความสามารถของตนเอง และการปฏิบัติงานในการฝึกอบรมการใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ที่พบว่า ผู้ที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้คอมพิวเตอร์สูง จะมีผลการใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์อยู่ในระดับสูง ซึ่งแตกต่างจากผู้ที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้คอมพิวเตอร์ต่ำ จะมีผลการใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์อยู่ในระดับต่ำ และ Hall (2000) ที่ได้ศึกษาการรับรู้ความสามารถของตนเองในการทำงาน พบว่า บุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองที่จะประสบความสำเร็จในการทำงานสูง จะมีวิธีที่จะจัดการกับความท้าทายและอุปสรรคต่าง ๆ ที่พวกเขาเผชิญอยู่ให้ประสบความสำเร็จในการทำงาน และพวกเขาจะพัฒนากลยุทธ์ทั้งหมดที่จะช่วยให้พวกเขาประสบความสำเร็จมากขึ้น จากงานวิจัยสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับพนักงานขายที่มีการรับรู้ความสามารถของตนในการปฏิบัติงานว่าตนเองสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายได้หรือไม่ และมีความมั่นใจระดับใดในกระบวนการขายสินค้า ซึ่งสามารถเป็นตัวบอกประสิทธิภาพของพนักงานขายได้ (สมชาย อินทรมงคล, 2548) นอกจากนี้ การรับรู้ความสามารถของตนเองยังมีผลกระทบต่อความสามารถในการสร้างประสิทธิผลใน

การทำงานที่มีต่อการเรียนรู้ของพนักงานขายในเป้าหมาย ความทุ่มเทในการทำงาน และความคงทนในการทำงานที่มีความซับซ้อน

ผลกระทบของความสามารถในการสร้างประสิทธิผลการทำงานที่มีต่อการเรียนรู้จากการรับรู้ความสามารถของตนเอง Hellriegel and Woodsman (1998) ได้อธิบายไว้ 3 ทาง ดังนี้คือ (1) อิทธิพลต่อความสามารถและเป้าหมายที่แต่ละบุคคลจะเลือกด้วยตนเอง ในการประกวดยอดขาย พนักงานขายที่มีความเชื่อมั่นในระดับต่ำ จะไม่คิดว่าเป็นความท้าทายหรือเป็นเป้าหมายที่ไปถึงได้ พนักงานเหล่านี้ไม่ใช่ จี๊เกียจ แต่มักจะคิดว่าต้องล้มเหลวก่อนไปถึงเป้าหมาย ในขณะที่พนักงานที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองอยู่ในระดับสูง จะคิดว่าเขาจะต้องทำได้และถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ (2) อิทธิพลต่อความทุ่มเทที่แต่ละคนมีให้กับงาน พนักงานที่มีความเชื่อมั่นสูงจะทำงานหนักเพื่อเรียนรู้งานใหม่ ๆ และมั่นใจว่าสิ่งที่ตนทุ่มเทต้องได้รับสิ่งตอบแทนที่ดี ส่วนคนที่มีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับต่ำ จะขาดการรับรู้ความสามารถของตนเองว่าจะไปถึงเป้าหมายได้ และมองว่าความมุ่งมั่นทุ่มเทเป็นสิ่งที่สูญเปล่า และ (3) ผลกระทบต่อความคงทนในการทำงานที่มีความซับซ้อน เนื่องจากคนที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองอยู่ระดับสูง จะมีความมั่นใจว่าตนเองปฏิบัติงานได้ดี ทำให้สามารถเผชิญกับอุปสรรคที่ขวางหน้าและปัญหาที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา

พนักงานขายมีบทบาทสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ทั้งก่อให้เกิดผลกำไรและขาดทุน องค์การจึงให้ความสำคัญกับการประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นอย่างมาก และนำไปเชื่อมโยงกับการจ่ายค่าตอบแทน และการพัฒนาผลการปฏิบัติงาน การสอนงานเป็นเครื่องมือหนึ่งในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งในงานขายมีการใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยหัวหน้างานขายจะเป็นผู้ประเมินผลการปฏิบัติงานและเป็นผู้สอนงาน เพื่อให้ผลการปฏิบัติงานเป็นไปตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ แต่ที่พบหัวหน้างานขายใช้รูปแบบและขั้นตอนในการสอนงานกับพนักงานขายทุกคน ซึ่งผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายแต่ละคนออกมามีความแตกต่างกัน อาจมีความเกี่ยวข้องกับการรับรู้ความสามารถของตนเองที่แต่ละคนที่มีไม่เท่ากัน ทำให้ผลการปฏิบัติงานมีความแตกต่างกัน

ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ และศึกษาปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ อีกทั้งการวิจัยครั้งนี้ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้นกับการสอนงานของหัวหน้างานขายที่สามารถนำมาปรับปรุงผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ตลอดจนใช้เป็นแนวทางในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์การ และสามารถ

นำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการสอนงานของหัวหน้างานในสาขาอาชีพอื่น ๆ เพื่อให้พนักงานมีผลการปฏิบัติงานตรงตามเป้าหมายขององค์กร

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ได้กำหนดวัตถุประสงค์ที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

- 1) เพื่อศึกษาระดับการได้รับการสอนงาน การรับรู้ความสามารถของตนเอง และผลการปฏิบัติงาน ของพนักงานขายรถยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่จบการศึกษา ประสบการณ์ในงานขาย และระยะเวลาการปฏิบัติงาน) ที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง
- 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง
- 4) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

1.3 สมมติฐานในการวิจัย

เพื่อให้ตอบวัตถุประสงค์การวิจัยเรื่องปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างจึงได้กำหนดสมมติฐานจากทฤษฎีและงานวิจัย ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ เพศ และสถานภาพ ไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ แต่ อายุ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่จบการศึกษา ประสบการณ์ในงานขาย และระยะเวลาการปฏิบัติงาน มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

สมมติฐานที่ 1.1 พนักงานขายรถยนต์เพศหญิง จะมีผลการปฏิบัติงานไม่แตกต่างจากพนักงานขายรถยนต์เพศชาย

สมมติฐานที่ 1.2 พนักงานขายรถยนต์ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน จะมีผลการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 พนักงานขายรถยนต์ที่มีอายุมาก จะมีผลการปฏิบัติงานสูงกว่าพนักงานขายรถยนต์ที่มีอายุน้อย

สมมติฐานที่ 1.4 พนักงานขายรถยนต์ที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีผลการปฏิบัติงานดีกว่าพนักงานขายรถยนต์ที่มีระดับการศึกษาค่ำกว่า

สมมติฐานที่ 1.5 พนักงานขายรถยนต์ที่จบสาขาการตลาดหรือสาขาที่เกี่ยวข้องจะมีผลการปฏิบัติงานดีกว่าพนักงานขายรถยนต์ที่ไม่จบสาขาการตลาดหรือสาขาที่เกี่ยวข้อง

สมมติฐานที่ 1.6 พนักงานขายรถยนต์ที่มีประสบการณ์ในด้านงานขาย หรือการตลาดจะมีผลการปฏิบัติงานดีกว่าพนักงานขายรถยนต์ที่ไม่มีประสบการณ์ในด้านงานขายหรือการตลาด

สมมติฐานที่ 1.7 พนักงานขายรถยนต์ที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานมาก จะมีผลการปฏิบัติงานดีกว่าพนักงานขายรถยนต์ที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานน้อย

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการสอนงานมีความสัมพันธ์ทางบวก กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

สมมติฐานที่ 2.1 ปัจจัยด้านการสอนงานมีความสัมพันธ์ทางบวก กับผลการปฏิบัติงานขายของพนักงานขายรถยนต์

สมมติฐานที่ 2.2 ปัจจัยด้านการสอนงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสามารถในการขายของพนักงานขายรถยนต์

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ความสามารถของตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

สมมติฐานที่ 3.1 การรับรู้ความสามารถของตนเอง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานขายของพนักงานขายรถยนต์

สมมติฐานที่ 3.2 การรับรู้ความสามารถของตนเอง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสามารถในการขายของพนักงานขายรถยนต์

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

สมมติฐานที่ 4.1 ปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานขาย

สมมติฐานที่ 4.2 ปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลต่อความสามารถในการขาย

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ซึ่งประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานขายรถยนต์ บริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ สำนักงานใหญ่ ที่ปฏิบัติงานมากกว่า 4 เดือนขึ้นไป และหัวหน้าทีมขาย จำนวน 8 ยี่ห้อ คือ เชฟโรเลต, ฟอर्ड, มาสด้า, นิสสัน, มิตซูบิชิ, ฮอนด้า, โตโยต้า และ อีซูซุ (J.D. Power Asia Pacific, 2550) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ทั้ง 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ (สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา, www, 2549) โดยมีปัจจัยที่ใช้ศึกษา คือ ปัจจัยด้านการสอนงาน ประกอบด้วย 7 ตัวแปร ได้แก่ การกำหนดวัตถุประสงค์ การจูงใจหรือการให้รางวัล การบอกเล่า และแสดงให้ดู การทดสอบความรู้ความเข้าใจ การปฏิบัติ การตรวจสอบติดตาม และการป้อนข้อมูลย้อนกลับหรือการให้ข้อเสนอแนะ และปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ผลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่เกิดจากแหล่งที่มาของการรับรู้ความสามารถของตนเอง และการรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขายสินค้า

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

จากการวิจัยเรื่องปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า ในธุรกิจจำหน่ายรถยนต์มีระดับการสอนงาน และระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองของพนักงานขายรถยนต์ อยู่ในระดับสูง แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน แสดงให้เห็นว่ามีปัจจัยกลาง (Moderator Variable) ที่มีอิทธิพลต่อผลปฏิบัติงานที่ทำให้ผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับสูง ซึ่งจากการศึกษา พบว่า ในการดำเนินธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ ได้ให้ความสำคัญกับมาตรฐานการทำงานที่เน้นการสร้างควมพึงพอใจให้แก่ลูกค้า การตั้งเป้าหมายในการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับระดับความสามารถของพนักงาน กระบวนการช่วยเหลือกันภายในทีมที่ทำให้ยอดขายเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด และระบบการจ่ายค่าตอบแทนที่หัวหน้าทีมขายได้รับที่ส่งผลต่อการสอนงาน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลทำให้การสอนงานและการรับรู้ความสามารถของตนเองของพนักงานขายรถยนต์ไม่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน

จากผลการวิจัยได้ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการสอนงาน และการสร้างการรับรู้ความสามารถของตนเองของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง โดยบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างสามารถนำผลการวิจัยไปออกแบบการสอนงานให้เหมาะสมกับระดับความสามารถของพนักงานขายรถยนต์ การจัดระบบการจ่ายค่าตอบแทนที่

เหมาะสมที่สามารถช่วยให้หัวหน้าทีมขายสอนงานพนักงานขายรถยนต์ได้อย่างตรงจุดที่สามารถทำให้พนักงานขายรถยนต์มีฐานลูกค้าเพิ่มขึ้น และปิดการขายได้ ส่วนประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบหรือมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ที่สามารถนำปัจจัยด้านกระบวนการช่วยเหลือกันภายในทีม การเป้าหมายการขาย และระบบการจ่ายค่าตอบแทน และนำข้อเสนอแนะในการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1.6 คำอธิบายศัพท์

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้า แนวคิดทฤษฎีต่างๆ ตลอดจนศึกษาจากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยได้นำมาเป็นแนวทางการกำหนดคำนิยามศัพท์ได้ดังนี้

พนักงานขายรถยนต์ หมายถึง พนักงานที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบปฏิบัติงานขายในเป็นเวลา 4 เดือนขึ้นไปในบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์สำนักงานใหญ่ 8 ยี่ห้อ ได้แก่ เชฟโรเลต ฟอर्ड มาสด้า นิสสัน มิตซูบิชิ ฮอนด้า โตโยต้า และอิซูซุ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ทั้ง 4 จังหวัด คือ จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์

หัวหน้าทีมขาย หมายถึง ผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานที่มีหน้าที่ควบคุม ดูแล สอนงานขาย และมีหน้าที่ประเมินผลการปฏิบัติงานขายของพนักงานขายรถยนต์ หัวหน้าทีมขายในที่นี้คือ หัวหน้าทีมขาย ผู้จัดการฝ่ายขาย หรือผู้จัดการบริษัท ขึ้นอยู่กับขนาด และโครงสร้างของแต่ละบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง คุณสมบัติของพนักงานขายรถยนต์ ประกอบด้วย เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่จบการศึกษา ประสบการณ์ในงานขาย และระยะเวลาการปฏิบัติงาน

สาขาการตลาดหรือสาขาที่เกี่ยวข้อง หมายถึง สาขาวิชาที่พนักงานขายรถยนต์สำเร็จการศึกษาสูงสุดหรือเคยสำเร็จการศึกษา ทางด้านการตลาดโดยตรงหรือสาขาที่เกี่ยวข้อง เช่น การบริหารธุรกิจ การจัดการทั่วไป เป็นต้น

ประสบการณ์ด้านงานขายหรือการตลาด หมายถึง ประสบการณ์ในการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ก่อนที่จะมาปฏิบัติงานในบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ในปัจจุบัน ที่เกี่ยวข้องกับงานขายหรือเกี่ยวข้องกับการตลาด เช่น พนักงานขายสินค้าต่าง ๆ งานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

การสอนงาน (Coaching) หมายถึง ระดับการได้รับการสอนงานที่หัวหน้าทีมขายใช้ การสอนและชี้แนะ เพื่อปรับปรุงผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งประกอบไปด้วย 7 ขั้นตอน ที่จะใช้เป็นปัจจัยทั้งหมดที่ศึกษาครั้งนี้ คือ (Hanson, 2003 quoted

in Williams, 2005; จำเนียร จวงตระกูล, 2535; สุรพล, 2545; และอลงกรณ์ มีสุทธา และสมิต สัจฉกร, 2549)

การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย (Objective Setting and Goal) หมายถึง หัวหน้าทีมขาย กำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายในการสอนงาน เพื่อให้พนักงานขายรถยนต์ ทราบว่าต้องการปรับปรุงแก้ไขสิ่งใด

การจูงใจหรือการให้รางวัล (Motivation or Reward) หมายถึง การที่หัวหน้าทีมขาย กระตุ้นพนักงานขายรถยนต์ด้วยเป้าหมายที่ท้าทายหรือเงินรางวัล และตำแหน่งงานที่สูงขึ้น เพื่อให้พนักงานขายรถยนต์เกิดแรงจูงใจหรือมีความสนใจในการสอนงาน และทำให้มีความ พยายามในการปฏิบัติงานเพิ่มมากขึ้น

การบอกเล่าและแสดงให้ดู (Tell and Show) หมายถึง การที่หัวหน้าทีมขายสอน งานพนักงานขายรถยนต์ ด้วยการสาธิต การทำงานทุกขั้นตอนตามลำดับพร้อมรายละเอียดอย่าง สมบูรณ์ และมีการเน้นให้เห็นถึงจุดสำคัญในการปฏิบัติงานในแต่ละขั้นตอน

การทดสอบความรู้ ความเข้าใจ (Test) หมายถึง ขั้นตอนที่หัวหน้าทีมขายทดสอบ ความรู้ ความเข้าใจของพนักงานขายรถยนต์ และเปิดโอกาสให้มีการซักถามข้อสงสัยใน การปฏิบัติงานเพิ่มเติม จนแน่ใจว่าพนักงานขายรถยนต์สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง

การปฏิบัติ (Action) หมายถึง พนักงานขายรถยนต์นำสิ่งที่ต้องปรับปรุงหรือสิ่งที่ หัวหน้าทีมขายสอนและชี้แนะมาปฏิบัติ ตามที่ได้ตกลงกันไว้

ตรวจสอบติดตาม (Check) หมายถึง ขั้นตอนที่หัวหน้าทีมขาย ซักถาม ทบทวน ติดตามผลการปฏิบัติงาน เพื่อให้แน่ใจว่าผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์สอดคล้อง กับมาตรฐานและเป้าหมายที่กำหนดไว้

การป้อนข้อมูลย้อนกลับหรือการให้ข้อเสนอแนะ (Performance Feed-back and Suggestion) หมายถึง การที่หัวหน้าทีมขาย บอกถึงผลการปฏิบัติงานให้พนักงานขายรถยนต์ทราบ โดยรับฟังความคิดเห็นหรือตอบข้อซักถาม

ผลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่เกิดจากแหล่งที่มาของการรับรู้ความสามารถของ ตนเอง หมายถึง แหล่งที่มาของการรับรู้ความสามารถของตนเอง และวิธีพัฒนาการรับรู้ ความสามารถของตนเองของพนักงานขายรถยนต์ (Bandura, 1977) ซึ่งมีองค์ประกอบ ดังนี้

การประสบความสำเร็จในการปฏิบัติ (Performance Accomplishment) เกิดจาก การประเมินความสามารถของตนเองของพนักงานขายว่าตนมีความสามารถสูง ซึ่งทำให้พนักงาน ขายเกิดความเชื่อมั่นสูงว่าสามารถทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการได้

การได้เห็นตนแบบ (Vicarious Experiences) เกิดจากการที่พนักงานขายมองเห็นต้นแบบไม่ว่าจะเป็นหัวหน้างานหรือบุคคลที่เขาชื่นชอบ ที่มีลักษณะคล้ายกับตนเองทำกิจกรรมหรืองานประสบผลสำเร็จ ก็สามารถเพิ่มความรู้สึกที่ว่าตนมีความสามารถที่จะกระทำกิจกรรมทำนองเดียวกันได้สำเร็จ

การพูดชักจูง (Verbal Persuasion) เกิดจากการพูดชักจูงจาก หัวหน้างานหรือเพื่อนร่วมงาน ว่าตนมีความสามารถที่จะประสบความสำเร็จได้ ทำให้พนักงานขายรถยนต์มีความพยายามในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

การกระตุ้นอารมณ์ (Emotional Arousal) เกิดจากพนักงานขายรับรู้ความสามารถของตนเองจากภาวะการกระตุ้นทางอารมณ์ และจากการแสดงทางกายภาพ ทำให้สร้างความรู้สึกลงในทางบวก เช่น การสร้างให้เกิดความคุ้นเคยในการเข้าพบลูกค้า ช่วยฝึกให้พนักงานขายลดความตื่นเต้น ซึ่งมีผลในการช่วยเพิ่มการรับรู้ความสามารถของตนเอง และช่วยเพิ่มผลการปฏิบัติงานได้

การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) หมายถึง การที่พนักงานขายรถยนต์มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับความสามารถของตนเอง ที่เชื่อว่าตนสามารถปฏิบัติงานสำเร็จตามเป้าหมายในกระบวนการขายทั้ง 7 ขั้นตอน คือ (สิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546; วัลภา สบายยิ่ง, 2542 และสมชาย อินทรมงคล, 2548)

การแสวงหาลูกค้า (Prospecting) หมายถึง การที่พนักงานขายรถยนต์มีความเชื่อมั่นว่าตนสามารถพิจารณาและกำหนดคุณสมบัติของบุคคลที่จะเป็นลูกค้า เช่น จากญาติพี่น้อง เพื่อนสมัยเรียน และผู้ที่ไม่ค่อยรู้จักได้

การเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า (Pre-Approach) หมายถึง การที่พนักงานขายรถยนต์ มีความเชื่อมั่นว่าตนสามารถทราบข้อมูลและสามารถแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับรสนิยม ความต้องการ และคุณสมบัติของลูกค้าได้

การเข้าพบลูกค้า (Approach) หมายถึง การที่พนักงานขายรถยนต์มีความเชื่อมั่นว่าตนสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าต่อสินค้า และสามารถคาดการณ์ล่วงหน้าจากพฤติกรรมของลูกค้าว่าจะซื้อสินค้าหรือไม่ได้

การเสนอขาย (Presentation) หมายถึง การที่พนักงานขายรถยนต์มีความเชื่อมั่นว่าตนสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ละเอียด ชัดเจน และสร้างความเชื่อมั่นในสินค้าต่อลูกค้าได้

การจัดข้อโต้แย้ง (Overcoming Objections) หมายถึง การที่พนักงานขายรถยนต์มีความเชื่อมั่นว่าตนสามารถอธิบายข้อโต้แย้งของลูกค้า พร้อมทั้งให้ข้อมูลเพิ่มเติมแก่ลูกค้าได้

การปิดการขาย (Sales Closing) หมายถึง การที่พนักงานขายรถยนต์มีความเชื่อมั่นว่าตนสามารถทราบว่าลูกค้ามีความสนใจ หรือพอใจสินค้าเพียงพอที่จะซื้อสินค้าหรือไม่ได้

การติดตามหลังการขาย (Follow-Up) หมายถึง การที่พนักงานขายรถยนต์มีความเชื่อมั่นว่าตนสามารถพูดคุยและซักถามเกี่ยวกับการใช้สินค้า และมีการติดต่อลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ หลังการขาย เพื่อให้แน่ใจว่าสินค้าและการบริการสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า และเกิดการซื้อซ้ำ

ผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ (Job Performance) หมายถึง ระดับคะแนนของผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ที่ทำได้จริง ภายในช่วงเวลาที่กำหนด และสำเร็จ ล่วงตามเป้าหมาย โดยผู้จัดการฝ่ายขาย/หัวหน้างานขายเป็นผู้ประเมิน ซึ่งแบ่งแบบประเมินออกเป็น 2 ส่วน คือ (เพ็ญภัทร์ เจริญพิทยา, 2546; สมชาย อินทรมงคล, 2548 และแบบประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่ง)

ผลการปฏิบัติงานขาย หมายถึง ระดับคะแนนความสามารถของพนักงานขายรถยนต์ ที่ถูกตัดสินคุณลักษณะที่พึงประสงค์จากการปฏิบัติงานขาย โดยเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงาน 3 ด้าน คือ ด้านคุณลักษณะส่วนตัว ด้านความรู้เกี่ยวกับงานขาย และด้านความสามารถในการวางแผนและดำเนินงานเกี่ยวกับการขาย

ความสามารถในการขาย หมายถึง ระดับความสามารถของพนักงานขายรถยนต์ที่ทำยอดได้ตามบรรลุปเป้าหมายที่กำหนด

บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ หมายถึง บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ 8 ยี่ห้อ คือ เชฟโรเลต ฟอर्ड มาสด้า นิสสัน มิตซูบิชิ ฮอนด้า โตโยต้า และอิซูซุ

บริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ หมายถึง บริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ สำนักงานใหญ่ 8 ยี่ห้อ คือ เชฟโรเลต ฟอर्ड มาสด้า นิสสัน มิตซูบิชิ ฮอนด้า โตโยต้า และอิซูซุ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ทั้ง 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์

บทที่ 2

ปรัทัศน์วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างเป็นการศึกษาถึงระดับการได้รับการสอนงาน การรับรู้ความสามารถของตนเอง และผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ และเพื่อศึกษาปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษา ไว้ดังนี้

- 2.1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับผลการปฏิบัติงาน และการประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงานขาย
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสอนงาน
- 2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถของตนเอง
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพนักงานขาย และกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับผลการปฏิบัติงาน และการประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงานขาย

ผลการปฏิบัติงาน (Job Performance) หรือการปฏิบัติงาน เป็นส่วนหนึ่งในการทำงานซึ่งถือได้ว่าเป็นหัวใจที่องค์กรต้องการจากบุคลากร และเมื่อเกิดผลการปฏิบัติงานขึ้นจะต้องมีการวัดหรือการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Appraisal) เพื่อให้ทราบว่าผลการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นนั้น เป็นไปตามที่องค์กรคาดหวังไว้หรือไม่ เพื่อจะได้นำไปสู่ขั้นตอนต่อไปในการบริหารงาน ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

2.1.1 ความหมายของผลการปฏิบัติงาน

จำเนียร จวงตระกูล (2531) ได้ให้ความหมายของผลการปฏิบัติงาน ว่าเป็น ผลงานที่พนักงานผู้นั้นปฏิบัติได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ทั้งในแง่คุณภาพ ปริมาณ และแบบอย่างของการปฏิบัติงานที่แสดงออกมาว่าเป็นอย่างไร

อรุณ รักธรรม (2542) ได้ให้ความหมายของการปฏิบัติงาน ว่าเป็น ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่การทำงานของบุคคล

เพชรสิริ เหลืองไพโรจน์ (2542) ได้ให้ความหมายของผลการปฏิบัติงาน ว่าเป็น การทำงานของบุคคลที่แสดงให้เห็นคุณค่าและความสามารถของเขาจากการทำงาน

เพียงภัทร์ เจริญพิทยา (2546) ได้ให้ความหมายของผลการปฏิบัติงาน ว่าเป็น ระดับของผลการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วง

จากความหมายของผลการปฏิบัติงานหรือการปฏิบัติงาน ดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ผลการปฏิบัติงาน หมายถึง การกระทำของบุคคลในงาน ตามบทบาท ภาระหน้าที่ที่รับผิดชอบ โดยใช้ทักษะ ความรู้ ความสามารถ ให้เกิดผลงานตามที่องค์กรคาดหวังหรือให้สอดคล้องกับเกณฑ์หรือมาตรฐานการปฏิบัติงานที่ตั้งไว้

2.1.2 ความหมายของการประเมินผลการปฏิบัติงาน

Das (2003) ได้ให้ความหมายของการประเมินผลการปฏิบัติงาน ว่าเป็น กระบวนการของการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคคลหรือกลุ่ม ภายหลังจากการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายเสร็จสิ้น และยังได้แบ่งลักษณะการประเมินผลการปฏิบัติงานออกเป็น 2 ลักษณะดังนี้คือ

1) การประเมินผลเป็นวิธีการ (Appraisal Method) เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นรายบุคคลหรือการประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นกลุ่ม โดยมีกระบวนการประเมินในลักษณะเฉพาะและการหล่อหลอมความรู้สึกที่ดีแก่พนักงาน

2) การประเมินผลเป็นระบบ (Appraisal System) ที่เชื่อมโยงการดำเนินงานของฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ของบริษัท โดยการเชื่อมโยงในส่วนของการฝึกอบรม การจ่ายค่าตอบแทน การถ่ายโอน และการพัฒนาผลการปฏิบัติงานของพนักงาน อีกทั้งยังมุ่งเน้นในกระบวนการของระเบียบวิธีการปรับปรุงการประเมินผลการปฏิบัติงาน

Hitt (2005) ได้ให้ความหมายของการประเมินผลการปฏิบัติงาน ว่าเป็น การสร้างมาตรฐานและวัตถุประสงค์ในการปฏิบัติงาน โดยการวัดผลการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยเปรียบเทียบกับผลการปฏิบัติงาน และเตรียมการป้อนข้อมูลกลับในผลการประเมินให้พนักงานได้ทราบ เพื่อทำการปรับปรุงผลการปฏิบัติงาน

Schermerhorn et al. (2005) ได้ให้ความหมายของการประเมินผลการปฏิบัติงาน ว่าเป็น กระบวนการที่เป็นระบบในการประเมินผลการปฏิบัติงาน และมีการเตรียมข้อมูลย้อนกลับที่สามารถนำไปสู่การปรับปรุงการปฏิบัติงานได้

อำนาจ แสงสว่าง (2544) ได้ให้ความหมายของการประเมินผลการปฏิบัติงาน ว่าเป็น การประเมินผลสัมฤทธิ์ (Performance Appraisal) ว่าเป็นการวัดประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรแต่ละคน ซึ่งมีการจัดเป็นระบบการวัดผลตามกำหนดระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

ชูชัย สมิตธิไกร (2547) ได้ให้ความหมายของการประเมินผลการปฏิบัติงาน ว่าเป็น การประเมินผลการปฏิบัติงาน กระบวนการพิจารณาตัดสินว่าบุคลากรปฏิบัติงานได้ดีเพียงไร โดยเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่กำหนดไว้ และสื่อสารให้บุคลากรทราบถึงผลการพิจารณา

วิชัย โกสุวรรณจินดา (2547) ได้ให้ความหมายของการประเมินผลการปฏิบัติงาน ว่าเป็น การวัดผลการปฏิบัติงานในหน้าที่ของพนักงานในช่วงระยะเวลาหนึ่ง โดยการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานนั้นกับเกณฑ์หรือมาตรฐานที่กำหนดไว้

อลงกรณ์ มีสุทธา และสมิต สัจฉกร (2549) ได้ให้ความหมายของการประเมินผลการปฏิบัติงาน ว่าเป็น การวัดผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนหนึ่งในช่วงระยะเวลาหนึ่ง โดยการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ผู้นั้นในช่วงเวลานั้นกับเกณฑ์หรือมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้สำหรับแต่ละชิ้นงานซึ่งได้ระบุไว้ในลักษณะงานของพนักงานผู้นั้น

จากความหมายของการประเมินผลการปฏิบัติงาน ดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าการประเมินผลการปฏิบัติงาน หมายถึง กระบวนการประเมินค่าบุคคลในด้านต่าง ๆ โดยการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานกับเกณฑ์หรือมาตรฐานการปฏิบัติงานที่องค์กรตั้งไว้ และนำผลการประเมินแจ้งให้บุคลากรได้ทราบ เพื่อทำการปรับปรุงผลการปฏิบัติงาน

2.1.3 การประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงานขาย

ในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย เป้าหมายและมาตรฐานในการปฏิบัติงานที่องค์กรกำหนดขึ้น มีส่วนสำคัญและเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน ซึ่งในการประเมินผลการปฏิบัติงานนั้นจะวัดผลการปฏิบัติงานกับเป้าหมายและมาตรฐานที่กำหนดขึ้น เพื่อพิจารณาผลการปฏิบัติงานที่ผ่านมาว่าเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ และหาแนวทางในการปรับปรุงต่อไป

Charles (อ้างถึงใน นิติพล ภูตะโชติ, 2549) ได้ให้ความหมายของการประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงานขาย ว่าเป็น การกำหนดระบบอย่างเป็นทางการเพื่อวัดผลการทำงานของพนักงานขาย โดยต้องคำนึงถึงมาตรฐานและเป้าหมายที่ทางองค์กรกำหนดไว้

นิติพล ภูตะโชติ (2549) ได้ให้ความหมายของการประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงานขายว่าเป็น การเอาผลงานหรือผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่ทำได้จริงภายในช่วงเวลาที่ได้กำหนดไว้มาวิเคราะห์และเปรียบเทียบกับมาตรฐานหรือเกณฑ์ที่ทางองค์กรได้กำหนดไว้ เพื่อจะได้ทราบว่าผลงานที่พนักงานทำได้จริงมีความแตกต่างจากมาตรฐานเพียงไร และนำผลที่ได้รับไปพิจารณาความดีความชอบให้แก่พนักงานขายแต่ละคนต่อไป

จากความหมายของการประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงานขาย ดังกล่าวในข้างต้น สรุปได้ว่า การประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงานขาย หมายถึง กระบวนการวัดผลหรือเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายกับมาตรฐานหรือเกณฑ์ที่องค์กรกำหนดขึ้น เพื่อให้ทราบระดับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย และนำผลที่ได้รับไปพิจารณาคำตอบแทน หรือการปรับปรุงผลการปฏิบัติงาน

2.1.4 วัตถุประสงค์ของการประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงานขาย

อำนาจ แสงสว่าง (2544) ได้อธิบายวัตถุประสงค์ของการประเมินผลการปฏิบัติงานว่าเพื่อผลในการพัฒนาการปฏิบัติงานของพนักงานให้ดีขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการในการพัฒนาพนักงานแต่ละบุคคล เพื่อจัดให้มีสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ และเพื่อจัดให้มีเกณฑ์ การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่พนักงาน

ชูชัย สมิทธิไกร (2547) ได้อธิบายวัตถุประสงค์ของการประเมินผลการปฏิบัติงานว่าเพื่อเป็นข้อมูลในการพิจารณาความดีความชอบของพนักงาน เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาบุคลากร เพื่อเป็นข้อมูลย้อนกลับในการปรับปรุงกระบวนการทำงาน และเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการสรรหาและการคัดเลือกบุคลากรขององค์กร

สุสติ รุมาคม (2548) ได้แบ่งวัตถุประสงค์ของการประเมินผลการปฏิบัติงาน ไว้ 2 ด้าน ดังต่อไปนี้

- 1) วัตถุประสงค์ด้านการประเมิน (Evaluative Objective) เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจเรื่องค่าตอบแทน การเปลี่ยนแปลงตำแหน่ง และระบบการคัดเลือก
- 2) วัตถุประสงค์ด้านการพัฒนา (Developmental Objective) เพื่อใช้เป็นข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน การให้ทิศทางกับการปฏิบัติงานในอนาคต และการระบุความต้องการการฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงาน

นิติพล ภูตะโชติ (2549) ได้อธิบายวัตถุประสงค์ของการประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงานขายว่า เป็นพื้นฐานสำหรับผู้บริหารใช้พิจารณาในการขึ้นเงินเดือน ให้ความดีความชอบเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง เพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บังคับบัญชากับพนักงานขายในการให้คำปรึกษาหารือ เพื่อแก้ไขปรับปรุงจุดอ่อนและข้อบกพร่องต่าง ๆ ในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

เพื่อเป็นตัววัดผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายแต่ละคนว่าสามารถทำงานได้ตรงตามมาตรฐานที่กำหนดไว้หรือไม่ และช่วยสร้างแรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจให้กับพนักงานขายอยากจะทำงานหรือปรับปรุงผลงาน และเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพต่อไป

2.1.5 หลักเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงานขาย

นิติพล ภูตะโชติ (2549) ได้กล่าวถึง กระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงานขายมีความสำคัญ 3 ประการ ดังนี้

- 1) กำหนดนโยบายและเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงานขาย
ผู้บริหารระดับสูงจะเป็นผู้กำหนดนโยบายและเป้าหมายเกี่ยวกับการประเมินผลการปฏิบัติงานขาย
- 2) สิ่งที่คาดหวังจะได้จากพนักงานขาย เป็นผลที่คาดหวังว่าจะได้รับจากภารกิจต่าง ๆ ของพนักงานขาย หรือหมายถึงภารกิจจากแผนขาย
- 3) กำหนดมาตรฐานงานขายหรือหลักเกณฑ์ในการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ซึ่งหลักเกณฑ์ที่จะนำมากำหนดมาตรฐานในการประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงานขาย แบ่งออกเป็น 3 หลักเกณฑ์ ดังนี้

3.1 หลักเกณฑ์ทั่วไป ประกอบด้วย

- 1) ความรู้ในเรื่องงาน พนักงานขายมีความรู้ความเข้าใจสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการมากน้อยเพียงไร รู้วิธีปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุผลสำเร็จและนำไปใช้ได้จริงหรือไม่
- 2) ความสามารถในการทำงาน สามารถวัดได้จากผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายจริง เช่น การขายสินค้าได้แต่ละวัน ยอดขาย กำไรที่ได้รับ
- 3) ความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ วัดได้โดยติดตามผลการปฏิบัติงานต่าง ๆ ของพนักงานขายว่าได้ทำงานตามที่ได้รับมอบหมายสำเร็จหรือไม่ มีการละทิ้งหน้าที่หรือไม่
- 4) ความขยันหมั่นเพียรในการทำงาน พนักงานขายใช้ความเพียรพยายามในการทำงาน การแก้ปัญหาในด้านต่าง ๆ เพื่อให้งานสำเร็จลุล่วง หากพนักงานขายใช้ความเพียรพยายามมากพอจะทำให้งานบรรลุได้ แต่ถ้าพนักงานขายขาดความเพียรพยายามอาจทำให้งานนั้นล้มเหลวได้
- 5) ความสามารถในการเรียนรู้และรับรู้สิ่งใหม่ ๆ พนักงานขายมีความสามารถในการเรียนรู้งานและรับรู้สิ่งใหม่ ๆ รวมทั้งความสามารถในการปรับตัวเพื่อประโยชน์ในการทำงานให้สำเร็จ
- 6) ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ พนักงานขายเคยมีปัญหากับเรื่องต่าง ๆ เหล่านี้หรือไม่ เช่น การให้ความร่วมมือต่อผู้บังคับบัญชา ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การปฏิบัติตามกฎระเบียบ

และวินัยของบริษัท ทักษะคติต่อหน่วยงานหรือบริษัท ความประพฤติโดยทั่วไปของพนักงานขาย และ
สุขภาพของพนักงานขาย

3.2 มาตรฐานเชิงปริมาณ (Quantitative Performance Standard)

เป็นการวัดผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายตามปริมาณและหาวิธีปรับปรุงงาน
ให้ดีขึ้น และมาตรฐานนี้อาจจะแตกต่างกันไปตามแต่ละประเภทของกิจการ ประกอบด้วย

1) การกำหนดโควตา (Quotas) หมายถึง ขนาดของวัตถุประสงค์หรือ
เป้าหมายที่กำหนดขึ้นแน่นอนในหน่วยงานทางการตลาด ซึ่งสามารถกำหนดในรูปตัวเงินหน่วยของ
สินค้าหรืออื่น ๆ โควตาที่นิยมใช้กัน ได้แก่ โควตาในรูปกำไรขั้นต้น กำไรสุทธิ ค่าใช้จ่าย การปฏิบัติงานที่
ไม่เกี่ยวกับกิจกรรมในด้านการขาย

2) อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขาย (Selling Expense Ratio) อัตราส่วน
ค่าใช้จ่ายในการขายต่อยอดขายเป็นที่นิยมใช้กันมากในบริษัทที่ขายสินค้าทางด้านอุตสาหกรรม ซึ่งเน้น
หนักในการขายโดยใช้พนักงานขายและค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการเดินทาง การรับรองลูกค้าและอื่น ๆ สูงมาก
จึงต้องทำการควบคุม การใช้อัตราส่วนนี้ควรกำหนดเป็นรายบุคคล หรือแยกตามเขตการขาย ทั้งนี้เพราะ
ค่าใช้จ่ายในการขายมักแปรตามเขตการขาย และยังมีปัจจัยบางอย่างที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของ
พนักงานขายอีกด้วย

3) อัตราส่วนกำไรจากการขายในแต่ละเขตการขาย (Territorial Net Profit
or Gross Margin Ratio) อัตราส่วนกำไรต่อยอดขายจะใช้ควบคุมจำนวนสินค้าที่ขายและค่าใช้จ่าย
เช่นเดียวกับกำไร โดยผู้บริหารมักจะมีความคิดอยู่เสมอว่า แต่ละอาณาเขตการขายเป็นหน่วยอิสระ
พนักงานขายในเขตนั้น ๆ ก็มีหน้าที่ทำกำไรให้บริษัทด้วยการเพิ่มปริมาณขายและลดค่าใช้จ่ายในการขาย
โดยเน้นการขายสินค้าที่ให้กำไรมากหรือหุ้มนเวลาและความพยายามให้แก่ลูกค้าหรือผู้ที่คาดว่าจะมาเป็น
ลูกค้าที่อาจจะทำกำไรให้สูงในอนาคต

4) อัตราการจำหน่ายในแต่ละเขต (Territorial Market Share) โดยทั่วไป
เมื่อผู้บริหารงานขายกำหนดเป้าหมาย และปริมาณขายในแต่ละเขต จากการวิเคราะห์และพยากรณ์ตลาด
แล้วเป้าหมายนี้ก็จะกลายเป็นเป้าหมายของพนักงานขายแต่ละคน การเปรียบเทียบมาตรฐานการขาย
ในแต่ละเขตการขายกับปริมาณการขายจริงของพนักงานขาย จะช่วยให้สามารถประเมินประสิทธิภาพของ
พนักงานขายได้ ฉะนั้น การควบคุมการขายอย่างใกล้ชิดจะช่วยให้สามารถกำหนดเป้าหมายเฉพาะถึง
ปริมาณขายตามชนิดของสินค้าและลูกค้าแต่ละประเภทได้

5) อัตราการจำหน่ายได้ทั่วถึง (Sales Coverage Effectiveness Index)
เป็นความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนลูกค้าต่อยอดขายรวมของผู้ที่อาจจะมาเป็นลูกค้าในเขตนั้นทำให้บริษัท

สามารถทราบความก้าวหน้า และประสิทธิภาพในการขายของพนักงานขายแต่ละคนได้ และช่วยให้สามารถวางแผนการส่งเสริมการขายและอื่น ๆ ได้ถูกต้องยิ่งขึ้นอีกด้วย

6) อัตราความถี่ของการเยี่ยมชมลูกค้า (Call Frequency Ratio) มาตรฐานจำนวนความถี่ของการเยี่ยมชมลูกค้า ช่วยให้ฝ่ายบริหารสามารถควบคุมการปฏิบัติงานของพนักงานขายในการไปเยี่ยมชมลูกค้าปัจจุบัน หรือผู้ที่อาจจะมาเป็นลูกค้า อัตราส่วนนี้คำนวณจากการนำจำนวนครั้งของการเยี่ยมชมลูกค้าของพนักงานขาย หารด้วยจำนวนลูกค้าทั้งหมด ทั้งนี้ต้องพิจารณาถึงผลกำไรจากลูกค้าในแต่ละระดับด้วย อัตราการเยี่ยมชมลูกค้าที่เหมาะสมไม่ควรถี่จนเกินไปจนทำให้ได้รับคำสั่งซื้อเล็กมากจนกำไรที่ได้ไม่คุ้มกับค่าใช้จ่าย และไม่ควรง่อนเกินไปจนทำให้เสียลูกค้าให้กับคู่แข่ง

7) จำนวนครั้งของการเยี่ยมชมลูกค้าต่อวัน (Call per Day) สินค้าผู้บริโภคโดยทั่วไปนั้นพนักงานขายจะต้องติดต่อกับลูกค้าเป็นจำนวนมากอยู่ตลอดเวลา จึงควรมีการกำหนดมาตรฐานจำนวนครั้งที่เยี่ยมชมลูกค้าต่อวันให้กับพนักงานขายเพื่อช่วยในการวางแผนการเดินทางลดการเสียเวลาและควบคุมปริมาณขายของพนักงานขาย ไม่ให้ทำการเยี่ยมชมลูกค้ามากหรือน้อยครั้งจนเกินไป มาตรฐานนี้ควรกำหนดขึ้นเป็นรายบุคคล โดยพิจารณาถึงความหนาแน่นของลูกค้า การคมนาคม และคู่แข่งในแต่ละเขตการขายด้วย

8) อัตราใบสั่งซื้อต่อการเยี่ยมชมลูกค้า (Order Call Ratio) ได้จากการนำจำนวนเงินจากใบสั่งซื้อที่พนักงานขายควรจะได้ทั้งหมดใน ระยะเวลาที่กำหนด หารด้วยจำนวนครั้งของการเยี่ยมชมลูกค้า การกำหนดมาตรฐานนี้จะช่วยให้สามารถวัดประสิทธิภาพของพนักงานขายได้ การพิจารณาควรแยกตามชนิดและขนาดของลูกค้าในแต่ละเขตด้วย เพื่อความยุติธรรม ทั้งนี้เพราะความสามารถของพนักงานขายและสภาพแวดล้อมในการขายแตกต่างกันจึงอาจทำให้ผลงานที่ได้แตกต่างกันไป

9) ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อการเยี่ยมชมลูกค้าหนึ่งครั้ง (Average Cost per Call) ในการพิจารณากำไรจากการเยี่ยมชมลูกค้าซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ ควรพิจารณาค่าใช้จ่ายต่อการเยี่ยมชมลูกค้าแต่ละครั้ง โดยพิจารณาถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการเยี่ยมชมลูกค้าแต่ละภาคหรือแต่ละจังหวัดและการกำหนดมาตรฐานของพนักงานขายแต่ละคนนั้นก็อาจ แยกออกได้ตามประเภทหรือชนิดของลูกค้าด้วย

10) ขนาดใบสั่งซื้อโดยเฉลี่ย (Average Order Size) การกำหนดมาตรฐานของใบสั่งซื้อโดยเฉลี่ยก็เพื่อช่วยฝ่ายบริหาร ในการควบคุมการดำเนินงานของพนักงานขาย คู่ไปกับค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อการเยี่ยมชมลูกค้าหนึ่งครั้ง

11) กิจกรรมที่ไม่เกี่ยวกับการขาย (Non selling Activities) การกำหนดมาตรฐานการดำเนินงานของพนักงานขาย ในกิจกรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกับการขาย เช่น การช่วยเหลือลูกค้า

จัดตกแต่งร้านติดต่อโฆษณา การฝึกอบรมพนักงานขายของตัวแทนจำหน่ายและอื่น ๆ นั้นควรกำหนดให้แน่นอนลงไปเพื่อจะได้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานของพนักงานขายต่อไป

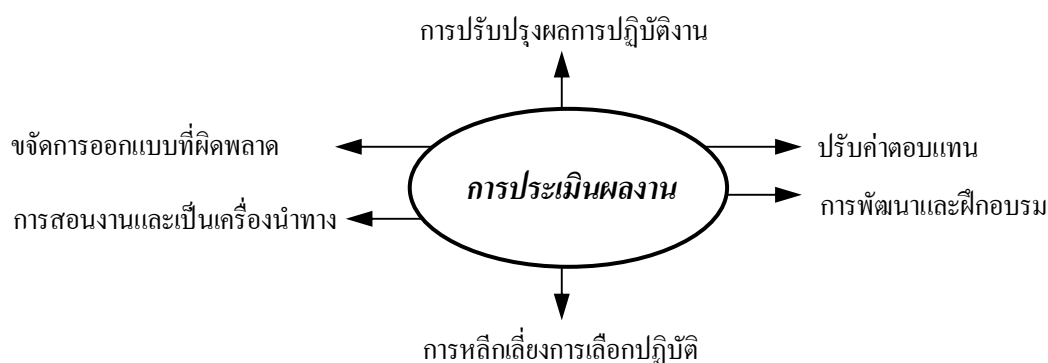
3.3 หลักเกณฑ์ในเชิงคุณภาพ (Qualitative Performance Standard)

การดำเนินงานบางอย่างของพนักงานขายไม่สามารถวัดได้จากมาตรฐานเชิงปริมาณ เช่น ประสิทธิภาพในการติดต่อกับลูกค้า ความสามารถในการวางแผนงานและแก้ปัญหาต่าง ๆ ความสามารถในการเสนอขาย ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการที่จำหน่าย ผู้บริหารฝ่ายขายจึงจำเป็นต้องใช้มาตรฐานการประเมินผลเชิงคุณภาพ ซึ่งใช้การตัดสินใจของผู้บริหารงานเป็นหลักสำคัญ ประกอบด้วยวิธีการวัดผลโดยคะแนนแบบ Merit Rating System ซึ่งกำหนดขึ้นโดยพิจารณาคำบรรยายงาน (Job Description) ของธุรกิจนั้น ๆ เป็นสำคัญ และสามารถวัดผลการปฏิบัติงานเชิงคุณภาพได้ดังนี้

- 1) ทักษะในการขาย วัดได้จากการนำขั้นตอนในกระบวนการขายมาพิจารณา เช่น การแสวงหาลูกค้า การกลั่นกรองลูกค้า การเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า การเข้าพบลูกค้า การเสนอขาย การจัดการกับการโต้แย้ง การปิดการขาย และการติดตามผล
- 2) ทักษะในการสื่อสาร หมายถึง การพูด การเขียน การฟัง และการอ่าน เป็นความสามารถในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เป็นปัจจัยเบื้องต้นที่จะทำให้งานขายประสบความสำเร็จ
- 3) การรายงานผลการปฏิบัติงาน พนักงานขายจะต้องรายงานผลการปฏิบัติงานให้กับผู้บังคับบัญชาได้ทราบการทำงานของพนักงาน เป็นไปตามแผนหรือไม่ บรรลุผลหรือไม่ มีปัญหาอะไร การรายงานทำอย่างถูกต้องหรือไม่

2.1.6 การนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์

Das (2003) ได้กล่าวถึงประโยชน์จากผลการประเมินผล (Use of Appraisal Information) ว่าคือ ผลการประเมินมีความสำคัญระดับองค์กรจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถใช้ในการกำหนดทิศทางวัฒนธรรมองค์กรและรูปแบบการบริหารงาน และมีความสำคัญในระดับปฏิบัติการ จะช่วยให้บุคลากรทราบถึงระดับความสามารถของตนเอง (Employee Competence) ทราบถึงความเกี่ยวข้องกับผลงานที่ผ่านมา (Work-Related) และการเข้าใจตนเองหรืออัตมโนทัศน์ (Self-Concept) จนทำให้เกิดความคงอยู่ของระบบการประเมิน (Existing Performance Appraisal System) และยังได้กล่าวถึงการนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์ ตามภาพที่ 2.1 ดังนี้



ภาพที่ 2.1 การใช้ประโยชน์จากผลการประเมินผลการปฏิบัติงาน

ที่มา : Das, H., 2003.

จากภาพที่ 2.1 สามารถอธิบายได้ว่าดังนี้

1) การปรับปรุงผลการปฏิบัติงาน (Performance Improvement) เป็นการนำผลการประเมินที่เหมาะสมและสามารถนำไปสู่การปรับปรุงผลการปฏิบัติงานได้ ไปแจ้งให้ผู้ถูกประเมินทราบ

2) การปรับค่าตอบแทน (Compensation Adjustments) เป็นการนำผลการประเมินไปช่วยในการจ่ายค่าตอบแทน โดยการนำไปรับรองการปรับค่าตอบแทนของแต่ละบุคคลได้จากผลการประเมินที่เกิดขึ้น

3) การพัฒนาและฝึกอบรม (Training and Development) เป็นการนำผลการประเมินไปใช้เป็นตัวชี้วัดในการพัฒนา และฝึกอบรมบุคลากรในแต่ละระดับ ตามผลการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้น

4) การหลีกเลี่ยงการเลือกปฏิบัติ (Avoidance of Discrimination) เป็นการนำผลการประเมินไปใช้ในการหลีกเลี่ยงการปฏิบัติ โดยผลการประเมินทำให้สมาชิกในองค์กรแน่ใจว่าการตัดสินใจเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งหรือการเพิ่มค่าตอบแทนให้แก่พนักงานบางคนของผู้บริหารไม่เป็นการเลือกปฏิบัติ หากเป็นการตอบแทนตามผลการปฏิบัติงานที่เป็นจริง

5) การสอนงานและเป็นเครื่องนำทาง (Coaching and Guidance) เป็นการนำผลการประเมินไปใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับอาชีพของตนเอง ว่าตนทำได้ดีในอาชีพนี้หรือไม่ และผลการปฏิบัติงานยังเป็นข้อมูลที่หัวหน้างานใช้ในการสอนงานลูกน้อง

6) จัดการออกแบบงานที่ผิดพลาด (Eliminate Job Design Errors) เป็นการนำผลการประเมินไปใช้ในการจัดการออกแบบงานที่ผิดพลาด คือ เมื่อการปฏิบัติงานออกมาไม่ดี อาจเกิดจากการออกแบบงานที่ไม่เหมาะสม ซึ่งการประเมินจะเข้ามาช่วยในการวินิจฉัยความผิดพลาดที่เกิดขึ้นในขั้นตอนการปฏิบัติงานต่าง ๆ

ศิริชัย กาญจนวาสี (2545) ได้นำเสนอรูปแบบการนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์ไว้ 4 รูปแบบ ดังนี้

- 1) การใช้ในเชิงความคิด (Conceptual Use) ผลการประเมินอาจช่วยจุดประกายความคิดของผู้เกี่ยวข้อง ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในสิ่งที่ประเมินมากขึ้น
- 2) การใช้ในเชิงตรวจสอบยืนยัน (Legitimate Use) ผลการประเมินอาจถูกใช้เป็นเหตุผลสนับสนุนหรือยืนยันผลการตัดสินใจที่กำหนดไว้ล่วงหน้า ให้แนวทาง/นโยบายที่เลือกใช้นั้นน่าหนักและความชอบธรรมยิ่งขึ้น
- 3) การใช้ในเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Use) ผลการประเมินอาจถูกใช้เป็นเครื่องช่วยติดตามกำกับหรือควบคุมการประเมินว่าได้มีการทำตามแนวทาง ระเบียบ ขั้นตอนที่กำหนดไว้ เพื่อให้งานประเมินนั้นมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับยิ่งขึ้น
- 4) การใช้ในเชิงปฏิบัติ (Instrumental Use) ผลการประเมินอาจถูกนำไปใช้โดยตรงในทางปฏิบัติเป็นเครื่องมือในการปรับปรุงแก้ไขทำให้เกิดผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตามมาการใช้ผลการประเมินสามารถส่งผลกระทบต่อ การกระทำหรือการดำเนินงานทั้งระดับบุคคล และระดับองค์การ โดยอาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของสมาชิกในองค์การ วิธีการดำเนินงาน ระเบียบข้อบังคับขององค์การ โครงสร้างองค์การ และวัฒนธรรมขององค์การ

กล่าวโดยสรุปว่า ผลการปฏิบัติงานเป็นผลการกระทำของบุคคลในงานที่ได้รับมอบหมายโดยใช้ทักษะ และความรู้ความสามารถที่มีทำให้เกิดผลงานตามที่องค์กรคาดหวัง ซึ่งผลการปฏิบัติงานเกิดจากการประเมินผลการปฏิบัติงานที่แต่ละองค์กรสร้างขึ้นตามมาตรฐานหรือเป้าหมายการทำงานที่กำหนด โดยกำหนดจากเกณฑ์หรือจากระดับความสามารถที่คาดหวังว่าพนักงานสามารถปฏิบัติงานได้

ผลการปฏิบัติงานเป็นข้อมูลหรือเป็นการแสดงผลของความสามารถในการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยผลการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย เช่น การจ่ายค่าตอบแทน การนำมาวางแผนเส้นทางสายอาชีพ การพัฒนาและฝึกอบรม การปรับปรุงผลการปฏิบัติงาน และนำผลการประเมินไปใช้ในการสอนงาน

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสอนงาน

Spross et al. (2001) ได้กล่าวถึง การสอนงาน หรือการสอนแนะ (Coach) ว่ามีรากศัพท์มาจากภาษาอังกฤษในยุคกลาง คือ Coche ซึ่งหมายถึง รถม้าหรือการขนส่งจากจุดหมายหนึ่งไปยังจุดหมายหนึ่ง โดยมีโค้ชเป็นผู้ขับเคลือรถม้า ซึ่งจะเป็นผู้ที่รู้เส้นทางเป็นอย่างดี คอยอำนวยความสะดวกสบาย ปกป้องอันตรายจากสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติให้แก่ผู้โดยสาร เพื่อให้ผู้โดยสารเกิดความรู้สึกมั่นคง และปลอดภัยระหว่างการเดินทาง โดยการสอนงานนั้นต้องมีความยืดหยุ่น (Phillip, 1996) และปรับเปลี่ยนไปตามลักษณะของผู้ที่ได้รับการสอนงาน โดยในงานวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับการสอนงาน ดังต่อไปนี้

2.2.1 ความหมายของการสอนงาน

Galley (1986) (quoted in Williams, 2005) ได้กล่าวถึงการสอนงาน ว่าเป็นกระบวนการปลดปล่อย (Unlocking) ศักยภาพของบุคคลให้มากที่สุด หรือปรับปรุงและพัฒนาผลการปฏิบัติงานรวมถึงทักษะของบุคคล

Keentz and Wehrich (1990) (อ้างถึงใน ประไพ อริยประยูร, 2547) ได้ให้ความหมายของการสอนงานว่าคือ กระบวนการฝึกอบรมในระหว่างปฏิบัติงาน (On the job training) ที่เป็นกระบวนการที่ไม่มีวันสิ้นสุด กระบวนการของการสอนงานที่มีประสิทธิภาพ หัวหน้างานทุกระดับจะต้องมีความรับผิดชอบในการสอนงานภายใต้บรรยากาศของความไว้วางใจ และความเชื่อถือนั่นระหว่างหัวหน้างานและผู้ได้รับการฝึกอบรม ขกย่องและชมเชยเมื่อผู้ได้รับการอบรมปฏิบัติงานเป็นที่น่าพอใจ

Wilson et al. (1993) ได้อธิบายการสอนงานว่าเป็นเทคนิคการฝึกความคิด (cognitive Apprenticeship) อย่างหนึ่ง ซึ่งผู้สอน (Instructor) จะสังเกตผู้เรียนในขณะที่ทำกิจกรรมที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จ โดยมีการบอกใบ้ (Hints) การให้ความช่วยเหลือ (Help) และการให้ผลตอบกลับ (Feedback)

Rider (2002) ได้อธิบายการสอนงาน ว่าเป็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ถูกสอนและผู้สอนงาน ซึ่งเป็นเทคนิคและวิธีการทางพฤติกรรมที่ช่วยให้ผู้ถูกสอนบรรลุสิ่งที่มุ่งหวังตามเป้าหมายหรือมีผลปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพและต้องทำการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดประสิทธิผลตามที่องค์กรต้องการ

Hanson (2003) (quoted in Williams, 2005) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการสอนว่า การสอนงานต้องไม่เป็นการชี้นำผู้ถูกสอนงาน โดยต้องทำให้เขาแสดงศักยภาพให้มากที่สุด เพื่อทำให้เป้าหมายบรรลุผล และกลายเป็นสิ่งที่ติดตัวเขาไปใช้ในการทำงานและการปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบ

Werner and Simone (2006) ได้ให้ความหมายของการสอนงาน ว่าเป็น กระบวนการที่ใช้สนับสนุนบุคลากร เพื่อให้พวกเขาสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จได้ และช่วยส่งเสริมผลการปฏิบัติงานของหัวหน้างาน และทำให้เป้าหมายขององค์กรบรรลุผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ

อรุณี ลำภาทอง (2538) ได้กล่าวถึงการสอนงานว่าเป็น กระบวนการหนึ่งในการพัฒนาบุคลากร ซึ่งได้นำมาใช้ในทั้งวิชาชีพครูและวิชาชีพอื่นๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อที่จะปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน การฝึกอบรมโดยการสอนงาน จะเน้นที่การให้คำแนะนำ การให้ความรู้ และแนวทางการปฏิบัติงานใหม่ ให้แก่ผู้วิชาชีพ และมุ่งเน้นแก้ปัญหาการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานอยู่แล้วให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

บุศริน เอี้ยวสีหยก (2545) ได้กล่าวถึงการสอนงาน ว่าเป็นกลยุทธ์หรือกลวิธีในการสอนเพื่อช่วยให้ผู้ปฏิบัติมีการพัฒนาหรือเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ ในการปฏิบัติกิจกรรม เพื่อแก้ไขให้เกิดความมั่นใจ ให้ข้อมูลป้อนกลับ ให้การช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ หรือให้ข้อมูลเพิ่มเติม

นพ ศรีบุญนาค (2546) ได้ให้ความหมายของการสอนงาน ว่าเป็น วิธีการที่ผู้บังคับบัญชาสอนหรือให้ความรู้ตลอดจนทักษะเกี่ยวกับการทำงานของผู้ใต้บังคับบัญชา โดยหัวหน้าจะชี้ให้พนักงานทราบว่าเขาต้องการให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติงานอะไร และแนะนำวิธีการทำงานที่ประสบความสำเร็จในการทำงานนั้น ๆ และวิธีการนี้ต้องการการส่งข้อมูลย้อนกลับ (feedback) จากพนักงานด้วย

ประนต จิรัฐติกาล (2547) ได้ให้ความหมายของการสอนงาน ว่าเป็น กระบวนการสอนงานที่ช่วยในการเพิ่มพูนทักษะการปฏิบัติงาน โดยผู้สอนใช้วิธีการส่งเสริมสนับสนุน ชี้แนะและให้กำลังใจ ให้ผู้ปฏิบัติสามารถปฏิบัติงานได้ด้วยความเต็มใจเกิดสัมพันธภาพที่ดีต่อกันระหว่างผู้สอนและผู้ปฏิบัติ ทั้งนี้ผู้บังคับบัญชาที่ทำหน้าที่สอนงานจะต้องมีการพัฒนาทักษะในการสอนงานและสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีที่จะช่วยให้ผู้สอนงานสามารถสะท้อนและมองเห็นภาพการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชาออกมาเป็นตัวอย่าง และสามารถวิเคราะห์แนวทางที่จะใช้ความรู้ความสามารถ ในการทำงานที่ได้รับมอบหมายในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วิมล มาดิษฐ์ (2547) ได้ให้ความหมายของการสอนงาน ว่าเป็น กระบวนการหนึ่งในการพัฒนาบุคลากร ซึ่งได้นำมาใช้ทั้งในวิชาชีพครู และวิชาชีพอื่น โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ผู้รับการสอนงานมีความรู้ความชำนาญในการปฏิบัติงาน และปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยผู้ที่เป็นผู้สอนงานจะให้การแนะนำดูแลอย่างใกล้ชิด สนับสนุนและร่วมปฏิบัติงาน ด้วยการฝึกอบรมโดยการสอนงานจะเน้นที่การแนะนำ การให้ความรู้ และแนวทางการปฏิบัติงาน

ใหม่ให้แก่ผู้เข้าสู่วิชาชีพ และผู้ปฏิบัติงานอยู่แล้วให้สามารถนำวิธีการใหม่ ๆ มาปรับปรุงการปฏิบัติงานของตน

Champathes (2006) ได้กล่าวถึงธรรมชาติของการสอนงานว่า การสอนงานเป็นเทคนิคที่จำเป็น เพื่อการปรับปรุงผลการปฏิบัติงาน การสอนงานไม่ใช่การสอน การสอนเป็นการสื่อสารทางเดียว (One-way communication) ผู้จัดการสามารถสอนลูกน้อง เพื่อให้ทำในสิ่งที่สมควรแต่ลูกน้องอาจไม่เข้าใจหรือไม่สามารถปฏิบัติได้ตามความคาดหวังของผู้จัดการ ส่วนการสอนงานเป็นกระบวนการสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) โดยโค้ชจะเป็นผู้กำหนดความคาดหวัง ช่วยให้เกิดผลลัพธ์ มีการให้ข้อมูลย้อนกลับแก่ผู้ถูกสอนงานโดยเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสอนงานได้เรียนรู้และปฏิบัติ ซึ่งมีการดำเนินกระบวนการต่าง ๆ เพื่อทำให้บรรลุผลลัพธ์ตามเป้าหมาย อีกทั้งการสอนงานยังเกิดปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันระหว่างผู้สอนงานกับผู้ถูกสอนงาน ผู้สอนงานไม่เพียงเป็นนักปฏิบัติงานตามขั้นตอนที่ได้กำหนดไว้อย่างเดียว แต่เป็นเสมือนโค้ช นักกีฬาที่คอยช่วยมองหาโอกาสในการแข่งขัน และช่วยวินิจฉัยว่าจะดำเนินการเล่นอย่างไรในสนามแข่งขัน อีกทั้งยังสามารถบอกว่าสิ่งใดควรปรับปรุงและควรปรับปรุงอย่างไร ถึงจะบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

จากความหมายการสอนงานดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การสอนงาน หมายถึง กระบวนการปลดปล่อยศักยภาพของบุคคลให้มากที่สุดหรือปรับปรุงและพัฒนาผลการปฏิบัติงาน รวมถึงทักษะของบุคคล โดยหัวหน้างานหรือเพื่อนร่วมงานที่มีผลการปฏิบัติงานที่ดีเยี่ยม และรวมถึงการให้คำแนะนำจากผู้ชำนาญทั้งจากภายในหรือภายนอกองค์กร และเป็นกระบวนการสื่อสารสองทางระหว่างผู้สอนงานและผู้ถูกสอนงานที่ไม่ใช่การสอนหรือการรับฟังคำเตือนจากหัวหน้าอย่างเดียว ผู้สอนงานสามารถช่วยวินิจฉัยงานว่าควรปรับปรุงสิ่งใดและปรับปรุงอย่างไร เพื่อทำให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันมากกว่าการบอกเพียงวิธีปฏิบัติงาน

Modernization Agency Leadership Centre (2005) ได้รวบรวมผลวิจัย และความเป็นจริง: นวัตกรรมการสอนงาน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

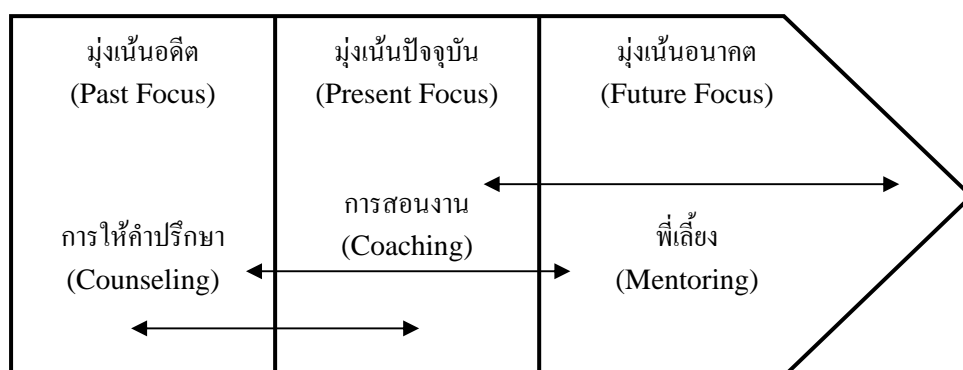
คำจำกัดความของการสอนงาน ดังนี้

การสอนงานเป็นศูนย์กลางของการปลดปล่อยความสามารถส่วนบุคคลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของตน โดยเน้นพัฒนาในส่วนใดส่วนหนึ่ง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และมีมือในจุดนั้น (Gallwey, 1986) และการสอนงานเป็นกระบวนการที่ช่วยให้เรียนรู้ และแสดงให้เห็นการพัฒนา และประสิทธิภาพที่พิสูจน์ (Parsloe, 1999)

ประเภทของการสอนงาน มีดังนี้

1. การสอนงานทางตรง โดยปกติจะได้รับการอนุญาตเพื่อทำการสอน หรือ จัดเตรียมผลตอบแทน และข้อเสนอแนะ ซึ่งการสอนงานในลักษณะนี้จะใช้ความสามารถส่วนบุคคลเฉพาะทางในการปฏิบัติ (Bacon, 2003)
2. การสอนงานทางอ้อม เป็นการสอนงานที่ร่วมรับฟัง ถามคำถาม ร่วมค้นหา และตรวจสอบเนื้อหาเพื่อหาทางแก้ไขปัญหานั้น ๆ
3. การสอนงานในระดับผู้บริหาร มุ่งเน้นไปที่การเพิ่มประสิทธิภาพ และพัฒนาขีดความสามารถของระดับผู้นำ และมีเป้าหมายอยู่ที่ปัญหาทางเทคนิค และด้านจิตวิทยา
4. การสอนงานแบบโยกย้าย และเปลี่ยนรูปแบบ โดยมีจุดหลักที่เกี่ยวข้องกับทางด้านฝีมือ และเทคนิค รูปแบบการเปลี่ยนแปลงในการสอนงานจะเน้นที่เปลี่ยนแปลงมุมมอง มุมค่า และการตอบรับต่อเป้าหมาย (Cashman, 2003)

Kenton and Moody (2001) ได้ให้ตัวอย่างความแตกต่างของการสอนงาน (Coaching) พี่เลี้ยง (Mentoring) และการให้คำปรึกษา (Counseling) ดังนี้



ภาพที่ 2.2 แบบจำลองแสดงความแตกต่างการสอนงาน พี่เลี้ยง และการให้คำปรึกษาตามช่วงเวลา
ที่มา: Kenton and Moody, 2001 (quoted in Williams et al., 2005)

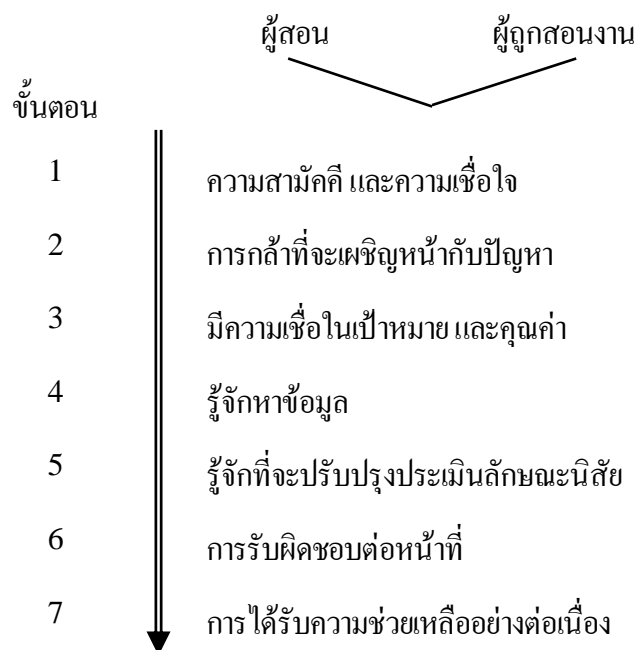
จากภาพที่ 2.2 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของการสอนงานเป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ แต่มีจุดสำคัญที่ตัวประสิทธิภาพของผู้เรียน อย่างไรก็ตามการปฏิบัติบนพื้นฐานปัจจุบัน การสอนงานจะต้องตรวจสอบถึงความเกี่ยวเนื่องของรูปแบบลักษณะนิสัย สมมุติฐาน และสิ่งที่ยึดมั่นที่มาจากประสบการณ์ในอดีต กระบวนการสอนงานอาจเริ่มต้นที่การตรวจสอบและกระบวนการที่เป็นอนาคต และเอาใจใส่ในสิ่งที่กำลังเปลี่ยนแปลง

Jarvis (2004) ได้ยกตัวอย่างประกอบการอธิบายความแตกต่างระหว่างความสัมพันธ์ของการสอนงาน (Coaching) และพี่เลี้ยง (Mentoring)

การสอนงาน (Coaching)	พี่เลี้ยง (Mentoring)
- ความสัมพันธ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับระยะเวลาที่จำกัด	- ความสัมพันธ์ที่มีความต่อเนื่อง โดยอาจใช้ระยะเวลานาน
- โดยทั่วไปมีโครงสร้างที่เรียบง่าย และมีกำหนดการพบเจอที่สม่ำเสมอ	- สามารถได้รับข่าวสาร และมีการพบได้ตลอดเวลา เมื่อมีการให้ข้อเสนอแนะ ชี้แนะ หรือให้การช่วยเหลือ
- มีช่วงเวลาปฏิบัติงานที่สั้น และมุ่งเป้าหมายที่การพัฒนาเฉพาะเจาะจง	- ช่วงเวลาปฏิบัติยาวนาน และมีขอบข่ายงานที่กว้าง
- การสอนงานไม่จำเป็นต้องมีพื้นฐานประสบการณ์ของผู้เรียนในเรื่องอาชีพการงาน เว้นแต่จำเป็นต้องเน้นจุดสำคัญของเรื่องนั้น	- การเป็นพี่เลี้ยงต้องเป็นผู้มีประสบการณ์ และได้รับรองมากกว่าผู้เรียน โดยทั่วไปต้องเป็นผู้มีวุฒิภาวะมากกว่าในองค์กร สามารถให้ความรู้ ถ่ายทอดประสบการณ์ และช่วยเปิดประตูให้โอกาสแก่ผู้ที่ต้องการเรียนรู้
- ตั้งเป้าหมายที่การพัฒนา หรือปัญหาในการทำงาน	- ตั้งเป้าหมายไปที่อาชีพ และการพัฒนาระดับบุคคล
- แผนงานจะเน้นไปที่ความสำเร็จในจุดใดจุดหนึ่ง และผลลัพธ์ที่ได้อย่างรวดเร็ว	- แผนงานถูกกำหนดโดยผู้เรียน พี่เลี้ยงจะให้ความช่วยเหลือแนะแนวทาง เพื่อให้ผู้เรียนได้เตรียมพร้อมรับมือกับบทบาทในอนาคต
- การสอนงานจะมุ่งเป้าหมายไปที่การพัฒนาจุดหนึ่งจุดใด หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง	- พี่เลี้ยงเน้นที่การพัฒนาความเป็นมืออาชีพของผู้เรียนให้ดียิ่งขึ้น

2.2.2 รูปแบบและกระบวนการของการสอนงาน

O' Connor and Lages (2003) (quoted in Williams et al. 2005) ได้อธิบายกระบวนการการสอนงาน ว่าเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างผู้สอนและผู้เรียน ซึ่งไม่ใช่เป็นเพียงการทำงานร่วมกันเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการศึกษาทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้เรียนด้วย ซึ่งได้อธิบายแบบจำลองการสอนงาน ตามภาพที่ 2.3

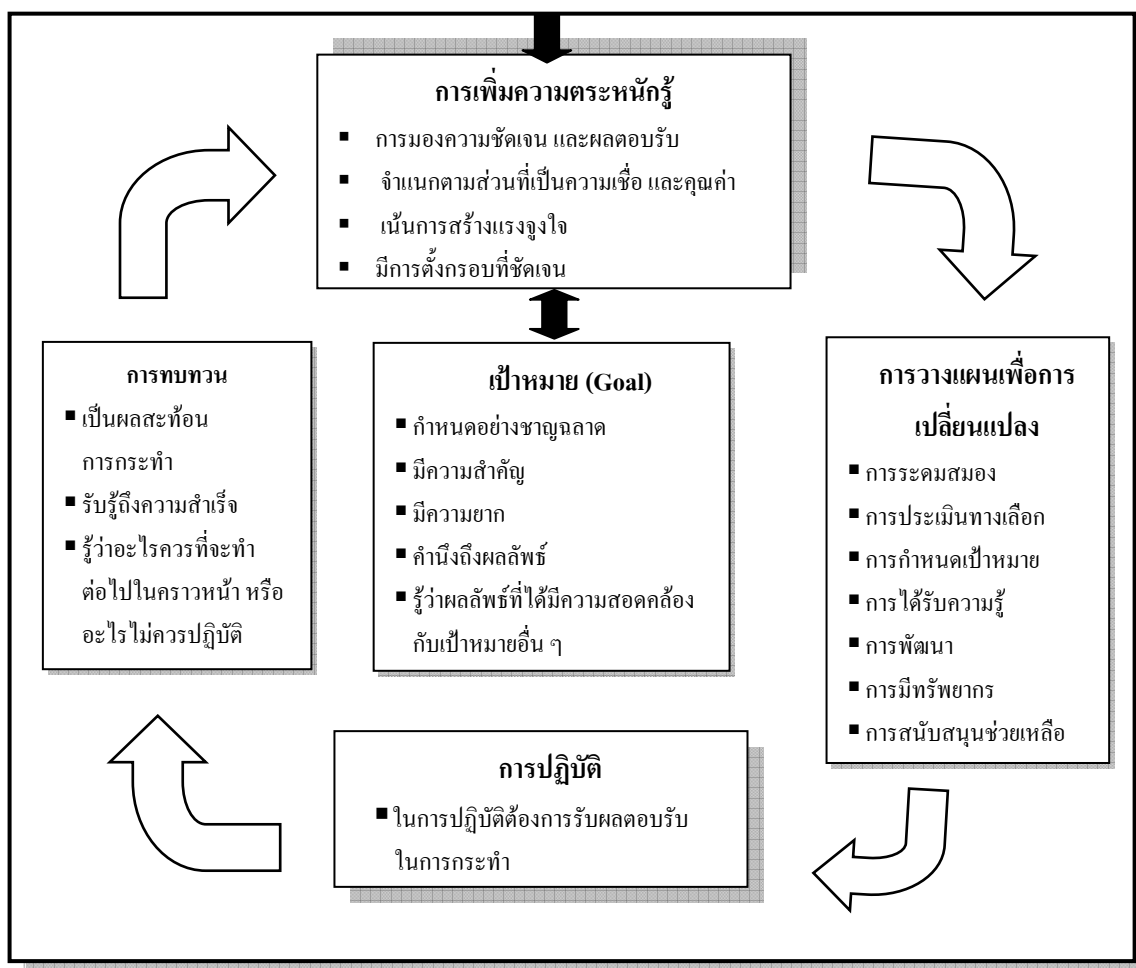


ภาพที่ 2.3 แบบจำลองการสอนงานของ O' Connor and Lages

ที่มา: O' Connor and Lages, 2003 (quoted in Williams et al., 2005)

จากภาพที่ 2.3 สามารถอธิบายแบบจำลองการสอนงานได้ว่า การสอนงานระหว่างผู้สอน และผู้เรียนมีขั้นตอนการสอนงานอยู่ 7 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 การมีความสามัคคีและความเชื่อใจจะนำไปสู่การสร้างการเชื่อถือและไว้วางใจ ขั้นตอนที่ 2 การกล้าที่จะเผชิญหน้ากับปัญหา เป็นการรู้จักที่จะต่อสู้กับปัญหาในทันที ขั้นตอนที่ 3 มีความเชื่อในเป้าหมาย และคุณค่า ยึดมั่น ศรัทธา ขั้นตอนที่ 4 การรู้จักหาข้อมูลเพิ่มเติม ขั้นตอนที่ 5 การรู้ที่จะปรับปรุงประเมินลักษณะนิสัย ขั้นตอนที่ 6 การรับผิดชอบต่อหน้าที่ และขั้นตอนที่ 7 การได้รับความช่วยเหลืออย่างต่อเนื่อง

Hanson (2003) (quoted in Williams et al. 2005) ได้กำหนดสภาพการสอนงานว่าต้องมีเป้าหมาย และการปฏิบัติ โดยเน้นที่จุดใดจุดหนึ่ง แบบจำลองการสอนงานตามภาพที่ 2.3 ได้ อธิบายการสอนงานทางอ้อม ซึ่งผู้เรียนต้องมีศักยภาพที่จะทำให้สำเร็จ และรับผิดชอบในสิ่งที่ได้ทำลงไป ดังนี้



ภาพที่ 2.4 แบบจำลองการสอนงานของ Hanson

ที่มา: Hanson, 2003 (quoted in Williams et al., 2005)

จากภาพที่ 2.4 สามารถอธิบายแบบจำลองการสอนงานได้ว่า ซึ่งภายในแบบจำลองการสอนงานแสดงบทบาทและความรับผิดชอบของผู้สอนงานที่ต้องเตรียมพื้นที่และเวลาสำหรับสะท้อนกลับ, ก่อให้เกิดการตระหนักรู้, เอื้ออำนวยการเรียนรู้ และจัดเตรียมการสนับสนุนผ่านกระบวนการเปลี่ยนแปลง ซึ่งมีขั้นตอน ดังนี้

1. เป้าหมาย (Goal) ในการกำหนดเป้าหมายในการสอนงานจะต้องกำหนดอย่างชาญฉลาด มีความสำคัญ มีความยาก ได้ผลลัพธ์ และรู้ว่าผลลัพธ์ที่ได้มีความสอดคล้องกับเป้าหมายอื่น ๆ

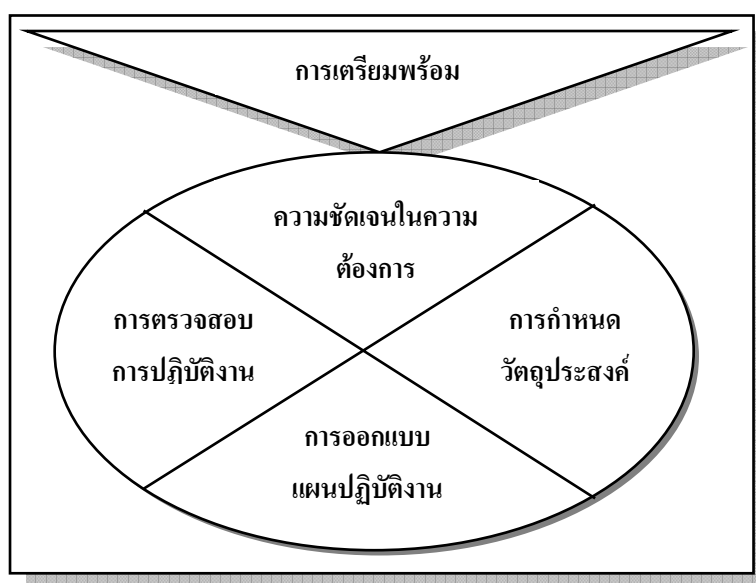
2. การเพิ่มความตระหนักรู้ (Increase Awareness) เป็นการมองความชัดเจน และผลตอบรับในการกระทำหรือปฏิบัติ จำแนกตามส่วนที่เป็นความเชื่อ และคุณค่า เน้นการสร้าง แรงจูงใจ และมีการตั้งกรอบที่ชัดเจน

3. การวางแผนเพื่อการเปลี่ยนแปลง (Plan for Change) เป็นทางเลือกในการระดมสมอง ที่สามารถกำหนดได้มากขึ้น การประเมินทางเลือก กำหนดเป้าหมายจากเป้าหมายหลัก ได้รับความรู้ใหม่ๆ การพัฒนา การมีทรัพยากร และมีการสนับสนุนช่วยเหลือ

4. การปฏิบัติ (Action) ในการปฏิบัติต้องการรับผลตอบรับในการกระทำ

5. การทบทวน (Review) เป็นผลสะท้อนการกระทำ การรับรู้ถึงความสำเร็จ รู้ว่าอะไรควรที่จะทำต่อไปในคราวหน้า หรืออะไรไม่ควรปฏิบัติ

Champathes (2006) ได้กล่าวถึงกระบวนการสอนงาน (The Coach Process) ไว้ 4 ขั้นตอน ตามภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 แบบจำลองการสอนงาน (The Coach Model)

ที่มา: Champathes, R. M., 2006.

จากภาพที่ 2.5 สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. มีความชัดเจนในความต้องการ (Clarifying Needs) ผู้สอนงานหรือโค้ช จะต้องทำความเข้าใจในเป้าหมายที่ตนเองต้องการ และต้องทำความเข้าใจในความสัมพันธ์ของการสอนงานว่าทำไมต้องเป็นความต้องการ ซึ่งสามารถทำให้เกิดความชัดเจนจากเอกสารหรือ

รายละเอียดการปฏิบัติงาน นอกจากข้อตกลงหรือความตั้งใจของบุคคลที่จะสอนงาน เพื่อหลีกเลี่ยงการสอนงานที่ไม่มีประสิทธิผล

2. การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective Setting) การกำหนดวัตถุประสงค์ควรเกิดจากทั้งผู้สอนงานและผู้ถูกสอนงาน เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมและการยอมรับสนับสนุนในเป้าหมาย โดยการกำหนดวัตถุประสงค์อาจนำแนวคิด SMART มาประยุกต์ใช้ในการกำหนดเป้าหมายให้เกิดความเฉพาะเจาะจงในการปรับปรุงการปฏิบัติงานได้

3. การออกแบบแผนปฏิบัติงาน (Action Plan Designing) เป็นความเหมาะสมของการสรุปภาพรวมในการสอนงาน โดยการกำหนดแผนปฏิบัติงานของการสอนงาน เป้าหมาย วัตถุประสงค์ ระยะเวลา ผลลัพธ์ที่ต้องการ การปฏิบัติงาน ทักษะที่ต้องการปรับปรุง ระดับการเรียนรู้ของสมรรถนะ และการกำหนดการประชุมในครั้งต่อไป

4. การตรวจสอบการปฏิบัติ (Checking Activities) เป็นการประเมินการปฏิบัติงาน ทักษะและผลลัพธ์ของการเรียนรู้ ความตั้งใจในการประเมินเพื่อให้แน่ใจว่าผลของการสอนงานเป็นไปตามแผนปฏิบัติงานที่กำหนดขึ้น

สุรพล พะยอมแย้ม (2545) ได้กล่าวถึง รูปแบบหรือเทคนิคการสอนงาน โดยใช้กระบวนการ 4 ขั้นตอน (Four- Step Method of Job Instruction) ดังนี้

1. จุดสำคัญในการใช้การจูงใจ (Motivation) ซึ่งทำให้ผู้เรียนรู้สึกว่างานนั้นทำได้ไม่ยากเกินความสามารถ หากตอบมาก่อนว่าผู้เรียนทำอะไรได้มาบ้างแล้ว สิ่งทีแต่ละคนสมควรได้รับการเรียนรู้ กระตุ้นให้ผู้เรียนสนใจและต้องการเรียน และเน้นความสำคัญของงานและประสิทธิภาพของผู้เรียน

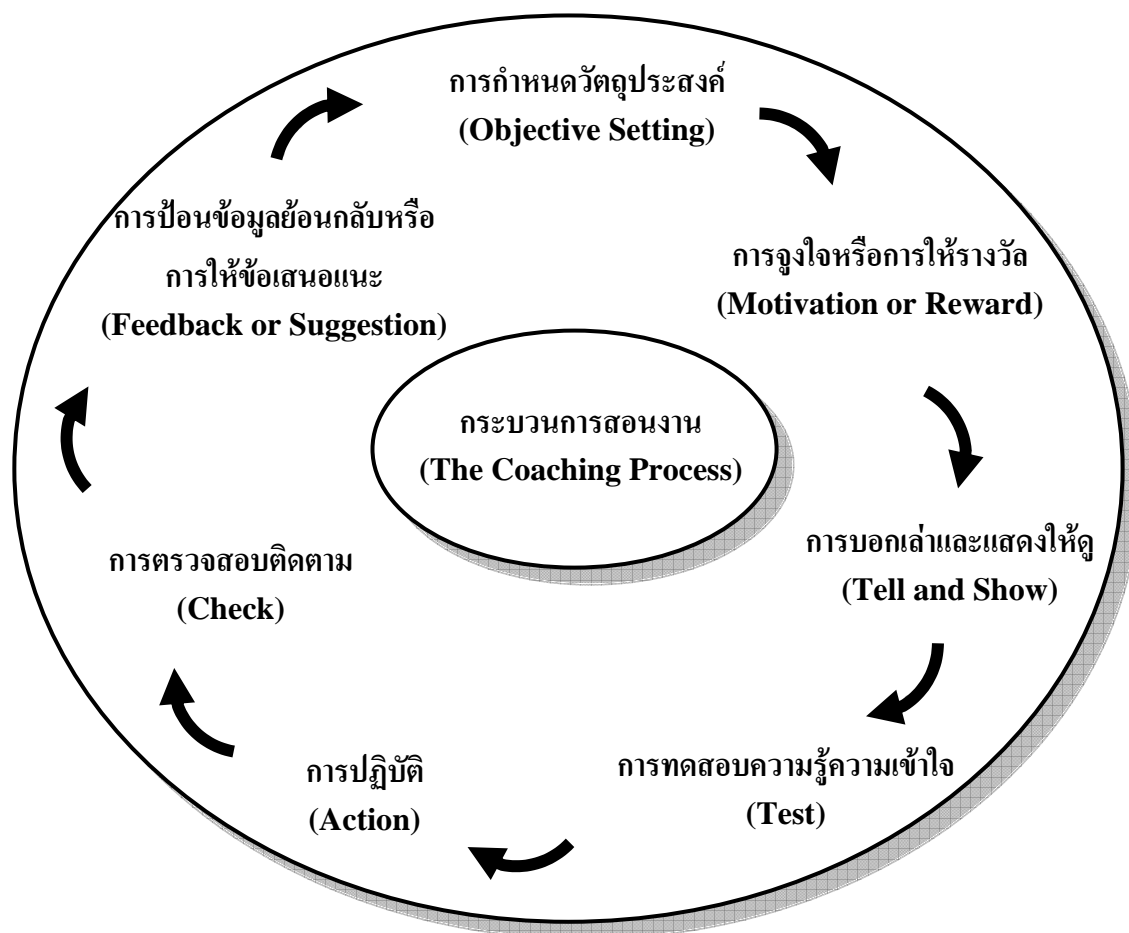
2. ขั้นตอนการบอกเล่าและแสดงให้ดู (Tell and Show) เป็นการสาธิตวิธีการทำงานทุกขั้นตอนอย่างสมบูรณ์ แสดงให้ดูตามลำดับขั้นตอนพร้อมรายละเอียดประกอบ เน้นให้เห็นจุดสำคัญในการปฏิบัติแต่ละขั้นตอน และบอกเล่าอย่างชัดเจนและครบถ้วนโดยไม่ยกเว้นแม้เรื่องทีคิดว่ารู้แล้ว

3. ประเด็นการทดสอบความรู้ความเข้าใจ (Test) เป็นการให้ผู้เรียนพูดและแสดงให้ดูตามทีได้เรียนรู้ไป ให้ผู้เรียนอธิบายประเด็นสำคัญของการปฏิบัติงาน ให้ผู้เรียนตั้งข้อซักถามเพื่อตรวจสอบความรู้ความเข้าใจ และกระทำตามขั้นตอนในประเด็นข้างต้นอย่างต่อเนื่องจนแน่ใจว่าผู้เรียนได้ เรียนทั้งหมดแล้ว

4. จุดสำคัญในการตรวจสอบติดตามผล (Check) เป็นการให้ผู้เรียนทราบว่าใครคือผู้ที่ช่วยเหลือเขาเมื่อมีปัญหาการทำงาน ให้ผู้เรียนลงมือปฏิบัติจริงหรือทดลองทำ ติดตาม

ซักถาม ทบทวน จุดสำคัญ ตามขั้นตอนการปฏิบัติตามที่ได้เรียนรู้ และให้การเสริมแรง เมื่อเข้าทำงานได้ตรงตามที่เรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากรูปแบบในการสอนงานข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุป รูปแบบการสอนงานที่เหมาะสมในการศึกษาได้ ตามภาพที่ 2.6



ภาพที่ 2.6 กระบวนการสอนงาน (The Coaching Process)

จากภาพที่ 2.6 สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective Setting) การสอนงานต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้มีเป้าหมายและเกิดความผูกพันในสิ่งที่ทำ
2. การจูงใจหรือการให้รางวัล (Motivation or Reward) เป็นการกระตุ้นให้ผู้ถูกสอนงานเกิดความสนใจและความพยายามที่จะเรียนรู้

3. การบอกเล่าและแสดงให้ดู (Tell and Show) เป็นเทคนิคการสอนงานที่ผู้สอนงานบอกเล่าถึงประสบการณ์หรือบทเรียนที่ผ่านมาทั้งสำเร็จและล้มเหลว ให้ผู้ถูกสอนงานฟังและยังแสดงท่าทางวิธีการที่ถูกต้องในการปฏิบัติงาน

4. การทดสอบความรู้ความเข้าใจ (Test) เป็นการทดสอบการปฏิบัติงานจริงเพื่อทำให้แน่ใจว่าผู้ถูกสอนงานมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องและสามารถปฏิบัติงานได้จริง

5. การปฏิบัติ (Action) เป็นการลงมือปฏิบัติงานในสถานการณ์จริง เพื่อนำความรู้ที่ได้ไปปฏิบัติงาน

6. การตรวจสอบติดตาม (Check) หัวหน้างานหรือผู้สอนงานต้องทำหน้าที่ติดตามและคอยชี้แนะแนวทางและคอยตอบข้อซักถามหรือแก้ปัญหา เมื่อผู้ถูกสอนงานมีปัญหาเกิดขึ้นในการปฏิบัติงาน

7. การป้อนข้อมูลย้อนกลับหรือการให้ข้อเสนอแนะ (Feedback or Suggestion) เป็นการที่หัวหน้างานหรือผู้สอนงาน นำผลการปฏิบัติงานแจ้งให้ผู้ถูกสอนงานทราบ เพื่อให้ทราบถึงสิ่งที่ต้องปรับปรุง และซักถามข้อสงสัยในขั้นตอนการปฏิบัติงาน ซึ่งจะทำให้ผู้ถูกสอนงานเกิดการเรียนรู้ที่รวดเร็ว ถูกต้อง และยังสร้างความเข้าใจที่ดีต่อกันระหว่างหัวหน้างานและลูกน้อง

2.2.3 การสอนงานที่มีประสิทธิภาพ

Joyce and Showers (1996) กล่าวว่า การที่จะทำให้การสอนงานมีประสิทธิภาพ บุคคลที่จะทำหน้าที่สอนงานควรมีบทบาท ดังนี้

1. ให้ความเป็นเพื่อน (Provision of Companionship) การสร้างบรรยากาศของความเป็นมิตรเป็นหน้าที่แรกของผู้สอนงานที่จะต้องทำความเข้าใจ สร้างสัมพันธภาพที่ดีให้ความเห็นอกเห็นใจในปัญหา มีส่วนร่วมในความรู้สึกคับข้องใจ หรือความรู้สึกประสบผลสำเร็จ การอภิปรายเกี่ยวกับการปฏิบัติงานจะต้องสร้างสรรค์ พยายามให้เห็นว่าปัญหาของการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นเป็นเรื่องปกติ การให้การสอนงานในบรรยากาศของความเป็นมิตรจะทำให้งานใหม่ง่ายขึ้น จะทำให้เกิดความรู้สึกมั่นใจ สนุกสนาน และทำให้การเริ่มต้นทดลองใช้รูปแบบการปฏิบัติงานใหม่เป็นอย่างถูกต้องโดยไม่ต้องลองผิดลองถูก

2. ให้ข้อมูลป้อนกลับในเชิงเทคนิค (Giving of Technical Feedback) จะต้องมีการฝึกการให้ข้อมูลป้อนกลับซึ่งกันและกัน การให้ข้อมูลป้อนกลับจะช่วยให้มีการพัฒนาการนำสิ่งใหม่ ๆ ไปใช้ในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง ช่วยให้ผู้สอนเกิดทักษะการสอนอย่างสมบูรณ์ และผู้ปฏิบัติงานสามารถฟันฝ่าอุปสรรคในการนำความรู้ใหม่ไปปฏิบัติได้อย่างมั่นใจ

3. ช่วยวิเคราะห์ แนวทางที่นำรูปแบบการสอนงานไปใช้ (Analysis of Application) สิ่งสำคัญในการเรียนรู้สำหรับ การนำรูปแบบการสอนใหม่ไปใช้ในการปฏิบัติที่จะต้องคำนึงถึงมี 2 อย่างคือ การพิจารณาว่าจะใช้รูปแบบการสอนนี้อย่างเหมาะสมได้เมื่อไร และเมื่อใช้รูปแบบการสอนนี้จะช่วยให้การสอนสัมฤทธิ์ผลอย่างไรบ้าง ดังนั้นจึงต้องมีการวางแผนการสอน การเลือกสื่อการสอน การเลือกกิจกรรมการสอน และการนำไปสอนในการปฏิบัติงาน

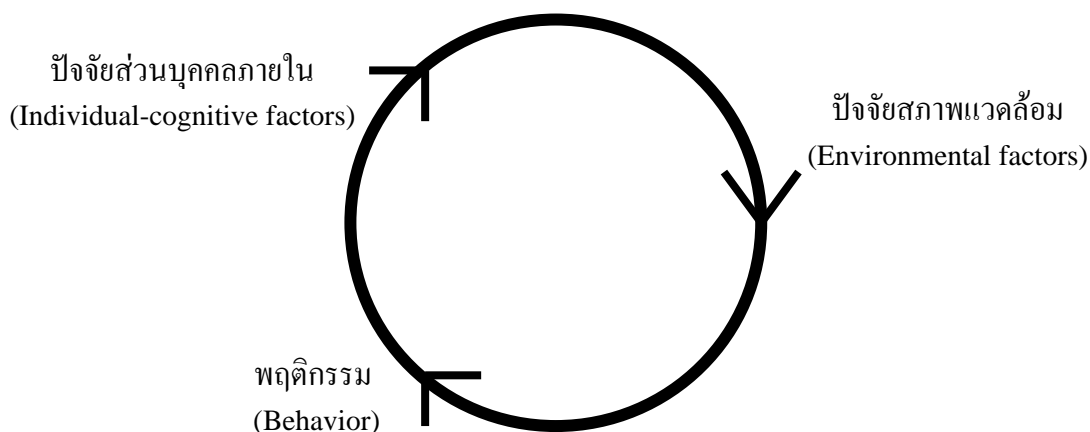
4. ช่วยปรับปรุงรูปแบบใหม่ให้เข้ากับนักเรียน (Adaptation to the Students) การสอนที่เหมาะสมจะต้องทำให้ผู้เรียนสามารถตอบสนองได้อย่างถูกต้อง

5. การอำนวยความสะดวก (Personal Facilitation) การสอนงานช่วยอำนวยความสะดวกให้กับพนักงานใหม่ ในการจะเรียนรู้ให้กำลังใจในการฝึกฝนครั้งแรก การสอนงานจะช่วยลดความโดดเดี่ยวให้กับพนักงานใหม่ได้

จากข้อความในข้างต้น สรุปได้ว่า การสอนงานที่มีประสิทธิภาพ ผู้สอนจะต้องมีบทบาทที่หลากหลาย และต้องเลือกใช้บทบาทให้เหมาะสมกับผู้ถูกสอนงาน ซึ่งบทบาทที่ควรปฏิบัติคือการสร้างบรรยากาศที่เป็นมิตร เพื่อให้ผู้ถูกสอนงานเกิดความรู้สึกเชื่อใจ และไว้วางใจ ซึ่งจะเป็นการทำให้ผู้ถูกสอนงานเปิดรับการเรียนรู้ใหม่ที่มีมากขึ้น ไม่เกิดการต่อต้านความรู้หรือสิ่งที่ผู้สอนงานมอบให้ และอีกบทบาทหนึ่งที่สำคัญคือ บทบาทการให้ข้อมูลย้อนกลับ เป็นบทบาทในการให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้ถูกสอนงาน เพื่อช่วยปรับปรุงการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้

2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถของตนเอง

แนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีการรับรู้ความสามารถของตนเองมาจากทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) โดย Albert Bandura ในปี 1986 ที่กล่าวว่า บุคคลสามารถเรียนรู้พฤติกรรมใหม่ ๆ โดยการดูจากบุคคลอื่นในสถานการณ์ทางสังคม และเลียนแบบพฤติกรรมเหล่านั้น (Hellriegel, 2001) และ Bandura ได้ขยายแนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมให้กว้างขึ้นและเปลี่ยนชื่อทฤษฎีใหม่เป็นทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม (Social Cognitive Theory) โดยเชื่อว่าพฤติกรรมของคนเรานั้น ไม่ได้เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากปัจจัยทางสภาพแวดล้อมเพียงอย่างเดียว หากแต่ต้องมีปัจจัยส่วนบุคคลภายใน ได้แก่ ความคิด ความรู้สึก และการมีปฏิสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ในลักษณะซึ่งกันและกัน (Reciprocal Determinism)



ภาพที่ 2.7 ความสัมพันธ์ระหว่างการกำหนดซึ่งกันและกันของพฤติกรรม (B) ปัจจัยส่วนบุคคลภายใน (I) และปัจจัยสภาพแวดล้อม (E)

ที่มา : Smith, D. B., (1998)

จากภาพที่ 2.7 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทั้ง 3 ที่ทำหน้าที่กำหนดซึ่งกันและกัน แต่ไม่ได้หมายความว่าทั้ง 3 ปัจจัยจะมีอิทธิพลที่เท่าเทียมกัน ปัจจัยบางปัจจัยอาจมีอิทธิพลมากกว่า อีกปัจจัยและอิทธิพลจากปัจจัยทั้ง 3 นี้ไม่ได้เกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน หากแต่ต้องอาศัยเวลาในการที่ปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งจะมีผลต่อการกำหนดปัจจัยอื่น ๆ Bandura ยังได้ขยายแนวคิดของการเสริมแรงออกไปอีก โดยการเสริมแรงอาจจะมีประสิทธิภาพในการทำงานกำกับพฤติกรรมของบุคคลที่เคยเรียนรู้มาแล้ว แต่ก่อนข้างจะไม่มีประสิทธิภาพในการทำงานทำให้บุคคลเกิดการเรียนรู้ และเป็นการยากที่บุคคลจะเกิดการเรียนรู้ในธรรมชาติโดยไม่ได้เห็นผู้อื่นแสดงพฤติกรรมมาก่อน ด้วยเหตุนี้ Bandura จึงเชื่อว่าคนส่วนใหญ่จะต้องผ่านการเรียนรู้โดยสังเกตพฤติกรรมจากผู้อื่นมาแทบทั้งสิ้น จากแนวคิดพื้นฐานดังกล่าว ทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของ Bandura (ดวงกมล หงส์รัตน์, 2544) จึงได้แนวคิด 3 ประการด้วยกันคือ แนวคิดการเรียนรู้โดยการสังเกต (Observational Learning) แนวคิดของการกำกับตนเอง (Self-Regulatory) และแนวคิดของการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy)

2.3.1 ความหมายของการรับรู้ความสามารถของตนเอง

Bandura (1994) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ความสามารถของตนเอง ว่าเป็นความเชื่อของบุคคลที่ตัดสินใจเกี่ยวกับความสามารถของตนเอง ในการผลิตหรือกระทำการพฤติกรรมที่ส่งผลต่อระดับการปฏิบัติงาน ความเชื่อในความสามารถของตนเองสามารถดูได้จากความรู้สึกรับรู้ของบุคคล การคิด แรงจูงใจของพวกเขา และพฤติกรรมที่แสดงออก

Gordon (1999) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ความสามารถของตนเอง ว่าเป็น การรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับความสามารถของเขาในการปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จได้หรือไม่ ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ความยากของเป้าหมาย ความผูกพันต่อเป้าหมาย และงานที่พนักงานเลือก

Nairne (2000) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ความสามารถ ว่าเป็นความเชื่อใน ความสามารถของบุคคลที่สามารถปฏิบัติงานหรือทำให้เป้าหมายบรรลุผลสำเร็จ

ดวงกมล หงส์รัตน์ (2544) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ความสามารถของตนเอง ของตนเอง ว่าเป็น การที่บุคคลพิจารณาตัดสินใจเกี่ยวกับความสามารถของตนเองว่า ตนมี ความสามารถพอที่จะจัดการและกระทำพฤติกรรมบางอย่างให้มีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมาย ตามที่กำหนดไว้ได้มากน้อยเพียงใด การรับรู้ความสามารถของตนเองนี้จะมีอิทธิพลต่อการ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การเลือกกระทำในกิจกรรมต่าง ๆ และความพยายามที่จะกระทำใน กิจกรรมนั้นอย่างต่อเนื่อง

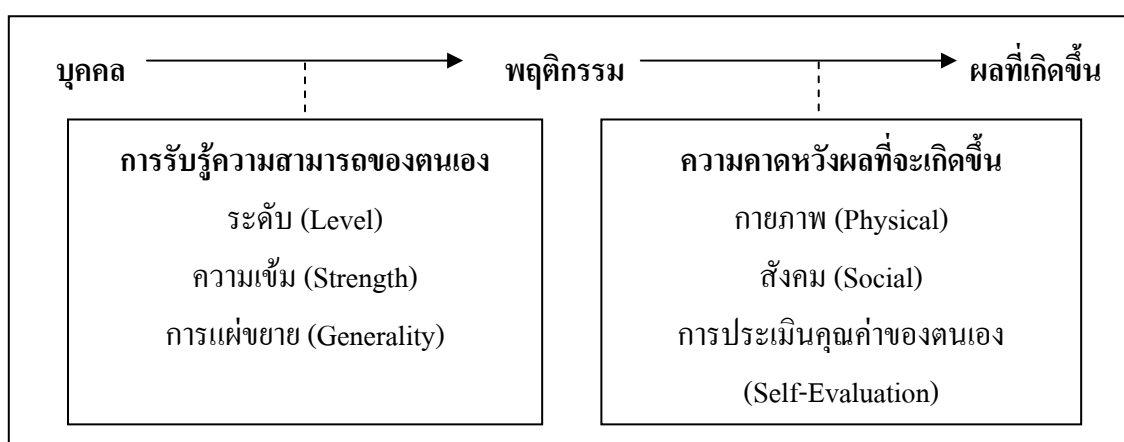
เสรษฐา ตันติเดชมงคล (2546) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ความสามารถของ ตนเอง ว่าเป็น การตัดสินใจของบุคคลเกี่ยวกับความสามารถของตนเองว่าสามารถจัดการและ ดำเนินการกระทำให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งรวมถึงการรับรู้ว่าจะสามารถปฏิบัติงานให้ ประสิทธิภาพสำเร็จได้หรือไม่

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง หมายถึง การรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับความสามารถของตนเอง ที่เชื่อว่าเขาสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับ มอบหมายได้ประสบความสำเร็จ

2.3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองกับพฤติกรรมของบุคคล

Bandura มีความเชื่อว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองนั้นมีความสำคัญและมี ผลต่อการกระทำของบุคคล บุคคล 2 คนอาจมีความสามารถไม่แตกต่างกัน แต่อาจแสดงออกใน คุณภาพที่ต่างกัน ถ้าพบว่าคน 2 คนมีความสามารถไม่แตกต่างกัน ในคนคนเดียวก็เช่นกัน ถ้ารับรู้ความสามารถของตนเองในแต่ละสภาพการณ์แตกต่างกันก็อาจจะแสดงพฤติกรรมออกมาได้ แตกต่างกันเช่นกัน และเห็นว่าความสามารถของคนเรานั้นไม่ตายตัว หากแต่ยืดหยุ่นตาม สถานการณ์ ดังนั้นสิ่งที่กำหนดประสิทธิภาพของการแสดงออกจึงขึ้นอยู่กับรับรู้ความสามารถ ของตนเองในสถานการณ์นั้น ๆ นั่นเอง นั่นคือ ถ้าเรามีการรับรู้ความสามารถเราจะแสดงออกถึง ความสามารถนั้นออกมา คนที่รับรู้ว่าคุณมีความสามารถจะมีความอดทน อุตสาหะ ไม่ท้อถอย และจะประสบความสำเร็จในที่สุด (สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต, 2539)

Bandura (1997) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองและความคาดหวังผลที่เกิดขึ้น ตามภาพที่ 2.8 ซึ่ง การรับรู้ความสามารถของตนเอง หมายถึง ความเชื่อหรือความมั่นใจของตนว่ามีความสามารถที่จะแสดงพฤติกรรมที่ต้องการนั้นจนประสบความสำเร็จได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ หรือเป็นการตัดสินใจความสามารถของตนเองว่าจะสามารถทำงานได้ในระดับใด ส่วนคาดหวังผลที่เกิดขึ้น เป็นการประเมินของบุคคลว่าพฤติกรรมที่ตนเองกระทำนั้นจะนำไปสู่การกระทำที่ตนเองได้คาดหวังไว้ หรือเป็นการตัดสินใจที่ได้จากการกระทำพฤติกรรมดังกล่าว



ภาพที่ 2.8 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองและความคาดหวังผลที่จะเกิดขึ้น
ที่มา : Bandura (1997)

จากภาพที่ 2.8 การรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นการตัดสินใจความสามารถของตนในการจัดการหรือแสดงพฤติกรรมที่ต้องการนั้นจะประสบความสำเร็จได้แตกต่างกันในระดับความยาก ความมั่นใจ แสดงการแผ่ขยาย ส่วนความคาดหวังผลที่จะเกิดขึ้น เป็นการตัดสินใจของบุคคลถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการกระทำพฤติกรรม ซึ่งผลลัพธ์นั้นแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ ผลทางกายภาพ ผลทางสังคม และการประเมินตนเอง ซึ่งสามารถให้ผลได้ในทางบวกและทางลบ ซึ่งการที่ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมตามที่ต้องการไม่เพียงแต่ความคาดหวังของบุคคลเท่านั้น แต่จะต้องให้บุคคลนั้นมีความเชื่อว่าสามารถที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ ได้ด้วย ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองนี้ มีผลต่อการตัดสินใจที่จะกระทำพฤติกรรมของบุคคลนั้น ๆ ตามภาพที่ 2.9

		ต่ำ	สูง
การรับรู้ความสามารถของตนเอง	สูง	ไม่เห็นด้วย มีแนวโน้มที่จะไม่ทำ	มีความพึงพอใจ มีแนวโน้มที่จะทำแน่นอน
	ต่ำ	ไม่สนใจ หลีกเลียง มีแนวโน้มที่จะไม่ทำแน่นอน	รู้สึกหาค่า เกิดความมี แนวโน้มที่จะไม่ทำ

ความคาดหวังผลที่เกิดขึ้น

ภาพที่ 2.9 พฤติกรรมและสภาวะทางอารมณ์ที่เกิดจากการรับรู้ความสามารถของตนเอง และความคาดหวังผลที่จะเกิดขึ้น จากการกระทำในระดับที่แตกต่างกัน

ที่มา : Bandura (1997)

จากภาพที่ 2.9 แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมและอารมณ์ของบุคคลนั้นขึ้นอยู่กับความเชื่อในความสามารถและความคาดหวังในผลลัพธ์ ถ้าหากบุคคลรับรู้ว่าคุณมีความสามารถสูง และสิ่งแวดล้อมสามารถตอบสนองได้ด้วยรางวัลที่มีคุณค่า จะสนับสนุนให้เกิดความปรารถนา เกิดการกระทำ และรู้สึกพึงพอใจ แต่ถ้าหากผลที่จะเกิดขึ้นนั้นตอบสนองได้ในระดับต่ำหรือไม่สามารถตอบสนองได้ บุคคลจะคัดค้านและพยายามเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติของสภาพที่เป็นอยู่ ส่วนบุคคลที่การรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำ และผลที่จะเกิดขึ้นมีคุณค่า บุคคลมีแนวโน้มที่จะไม่กระทำกิจกรรมนั้น ๆ เกิดความท้อแท้ ลดคุณค่าของตนเอง ทำให้ขาดโอกาสพัฒนาความสามารถของตนเอง (Bandura, 1997)

2.3.3 ผลของการรับรู้ความสามารถของตนเองต่อบุคคล

Bandura (1986) ได้กล่าวถึง การรับรู้ความสามารถของตนเองมีผลต่อบุคคลในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1) พฤติกรรมการเลือก (Choice Behavior) ในชีวิตประจำวันนั้น บุคคลจะต้องตัดสินใจอยู่ตลอดเวลาว่า เขาจะต้องทำพฤติกรรมใด และต้องทำอีกนานเท่าใด รวมทั้งต้องตัดสินใจเลือกกิจกรรมต่าง ๆ การที่บุคคลตัดสินใจว่าจะแสดงพฤติกรรมในสภาพการณ์ใดนั้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการรับรู้ความสามารถของตนเอง บุคคลมีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงงานหรือสภาพการณ์ที่เขาเชื่อว่ายากเกินความสามารถของตน ในขณะที่เดียวกันบุคคลจะเลือกทำงานนั้นถ้าเขาเชื่อว่าเขามีความสามารถเพียงพอที่จะทำงานนั้นให้สำเร็จได้ บุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูงจะเลือกทำงานที่มีลักษณะท้าทาย มีแรงจูงใจในการพัฒนาความสามารถของตนเองให้มีความก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น ส่วนบุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำ มักจะหลีกเลี่ยงงานที่ท้อถอย ขาดความมั่นใจในตนเอง ซึ่งเป็นการปิดโอกาสที่จะพัฒนาศักยภาพของตน อย่างไรก็ตาม

บุคคลที่ประเมินความสามารถของตนเองสูงเกินไปก็มักจะประสบความล้มเหลวในการทำงานและส่งผลให้เกิดความเครียด ความผิดหวัง และรู้สึกว่าการล้มเหลวนี้เป็นสิ่งเลวร้ายไม่สามารถแก้ไขได้ ส่วนบุคคลที่ประเมินความสามารถของตนเองต่ำกว่าที่เป็นจริง มักขาดความพยายาม และความมุ่งมั่นในการทำงาน และมีความสงสัยเกี่ยวกับความสามารถของตนเอง ดังนั้นบุคคลที่ประเมินความสามารถของตนเองถูกต้องจะส่งผลต่อการเลือกกระทำพฤติกรรม ทำให้การกระทำนั้นมีโอกาสประสบความสำเร็จสูง และในการประเมินความสามารถของตนเองที่ดีจะต้องประเมินสูงกว่าที่บุคคลนั้นสามารถที่จะทำได้เล็กน้อย จึงจะทำให้บุคคลกระทำพฤติกรรมที่ยากพอเหมาะและท้าทายความสามารถ

2) การใช้ความพยายามและความมุ่งมั่นในการทำงาน (Effort Expenditure and Persistence) การรับรู้ความสามารถของตนเองของบุคคลนั้น เป็นตัวกำหนดว่าเขาจะต้องใช้ความพยายามเท่าไร และจะต้องใช้ความมุ่งมั่นพยายามที่จะเผชิญกับอุปสรรคต่าง ๆ หรือประสบการณ์ที่ไม่พึงพอใจไปอีกนานเท่าใด เมื่อเผชิญกับอุปสรรคต่าง ๆ บุคคลซึ่งมีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูง จะมีความกระตือรือร้นและจะใช้ความพยายาม ความมุ่งมั่นในการทำงานมากกว่าคนที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำ และการที่บุคคลใช้ความพยายามและความมุ่งมั่นในการทำงานอย่างเต็มที่ตลอดเวลาบุคคลนั้นก็มีความมั่นใจที่จะทำงานได้ประสบความสำเร็จสูง

3) แบบแผนความคิดและการตอบสนองทางอารมณ์ (Thought Patterns and Emotion Reaction) การรับรู้ความสามารถของตนเองจะมีอิทธิพลต่อกระบวนการคิดและปฏิกิริยาทางอารมณ์ของบุคคลในขณะที่กระทำพฤติกรรม และมีผลต่อการคาดคะเนเกี่ยวกับการจัดการสภาพแวดล้อมในภายหน้าของเขา บุคคลซึ่งรับรู้ว่าคุณมีความสามารถสูงจะมีความพยายามและเอาใจใส่ในการกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ มาก และเมื่อพบอุปสรรคต่าง ๆ บุคคลก็จะกระตุ้นตนเองให้ใช้ความพยายามมากยิ่งขึ้น ส่วนบุคคลที่รับรู้ว่าคุณมีความสามารถต่ำมีความมั่นใจที่จะมีปฏิกิริยาทางอารมณ์ต่อตนเองทางลบ เช่น ไม่มีความสุข มีความหวาดหวั่น มีความเครียดสูง และเขาจะกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ อย่างไม่เต็มความสามารถ อันจะส่งผลให้บุคคลประสบกับความล้มเหลวในการกระทำพฤติกรรมมากยิ่งขึ้น

4) การยอมรับผลว่าเกิดจากการกระทำมากกว่าเป็นสิ่งที่ทำนายพฤติกรรม (Humans as Producers Rather Than Simply Foretellers of Behavior) นั่นคือ บุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูงมักจะเป็นคนที่พยายามกระทำพฤติกรรมและยอมรับผลต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการกระทำพฤติกรรมของตน จะเลือกการกระทำที่มีลักษณะท้าทาย และจะใช้ความพยายามอย่างมากเพื่อให้การกระทำนั้นบรรลุเป้าหมาย แม้ว่าในบางครั้งการกระทำนี้จะประสบความ

ล้มเหลวก็ตาม เขาก็จะไม่ท้อถอยและจะไม่อ้างว่าเป็นเรื่องโชคชะตา แต่เขาจะให้เหตุผลของความล้มเหลวที่เกิดขึ้นว่าเป็นสิ่งที่ช่วยสนับสนุนให้เกิดความสำเร็จต่อไป ซึ่งต่างจากบุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถของตนต่ำ มักจะเป็นคนที่ไม่ค่อยกระทำพฤติกรรม จะรอให้ความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการกระทำเป็นไปตามความเชื่อหรือคำทำนาย และมักจะหลีกเลี่ยงการกระทำที่มีลักษณะยาก ๆ ขาดความพยายาม มีความทะเยอทะยานต่ำ และมีความเครียดสูง เป็นต้น

Hellriegel และ Woodsman (1998) กล่าวถึง ผลกระทบของความสามารถในการสร้างประสิทธิผล การทำงานที่มีต่อการเรียนรู้ด้วยกัน 3 ทางดังนี้

1) อิทธิพลต่อความสามารถ และเป้าหมายที่แต่ละบุคคลจะเลือกด้วยตนเอง ในการประกวดขอยอดขาย พนักงานขายที่มีความเชื่อมั่นในระดับต่ำ จะไม่คิดว่าเป็นความท้าทายหรือเป็นเป้าหมายที่ไปถึงได้ พนักงานเหล่านี้ไม่ใช่ขี้เกียจ แต่มักจะคิดว่าต้องล้มเหลวหรือไปถึงเป้าหมายที่แน่นอน ในขณะที่พนักงานที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองอยู่ในระดับสูง จะคิดว่าเขาจะต้องทำได้และถึงเป้าหมายการทำงานที่ตั้งไว้สูงและจะทำได้จริง

2) อิทธิพลต่อความทุ่มเทที่แต่ละคนมีให้กับงาน พนักงานที่มีความเชื่อมั่นสูงจะทำงานหนักเพื่อเรียนรู้งานใหม่ ๆ และมั่นใจว่าสิ่งที่ตนทุ่มเทต้องได้รับสิ่งตอบแทนที่ดี ส่วนคนที่มีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับต่ำ จะขาดความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองว่า จะไปถึงเป้าหมายได้ และมองว่าความมุ่งมั่นทุ่มเทเป็นสิ่งที่สูญเปล่าเพราะอย่างไรก็ตามล้มเหลวอยู่ดี

3) ผลกระทบต่อความคงทนในการทำงานที่มีความซับซ้อน เนื่องจากคนที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองอยู่ระดับสูง จะมีความมั่นใจว่าตนเองปฏิบัติงานได้ดี ทำให้สามารถเผชิญกับอุปสรรคที่ขวางหน้าและปัญหาที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา

ปัจจัยที่ช่วยสร้างความมั่นใจในตนเองว่าสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นสิ่งที่ผู้บริหารต้องสามารถนำมาใช้เพื่อช่วยให้พนักงานเรียนรู้และเพื่อให้มีความเชื่อมั่นในตนเอง ความท้าทายในการทำงานจะสร้างสรรค์สถานการณ์ให้กับพนักงาน เพื่อให้เกิดการตอบสนองที่ประสบความสำเร็จในเนื้องานที่ต้องการ การคาดหวังของผู้จัดการเกี่ยวกับพฤติกรรม ก็มีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานในการทำงานให้เกิดประสิทธิผลเช่นกัน ถ้าความคาดหวังในตัวพนักงานสูงประกอบให้การอบรมและให้คำแนะนำที่ถูกต้องเหมาะสมก็จะทำให้ความมั่นใจของพนักงานเพิ่มขึ้น ความสำเร็จแม้จะเล็กน้อยแต่ก็สามารถเพิ่มความมั่นใจให้เกิดขึ้นได้

2.3.4 แหล่งที่มาของการรับรู้ความสามารถของตนเอง

Bandura (1977) กล่าวถึง แหล่งที่มาของการรับรู้ความสามารถของตนเองและวิธีพัฒนาการรับรู้ความสามารถของตนเองไว้ดังนี้

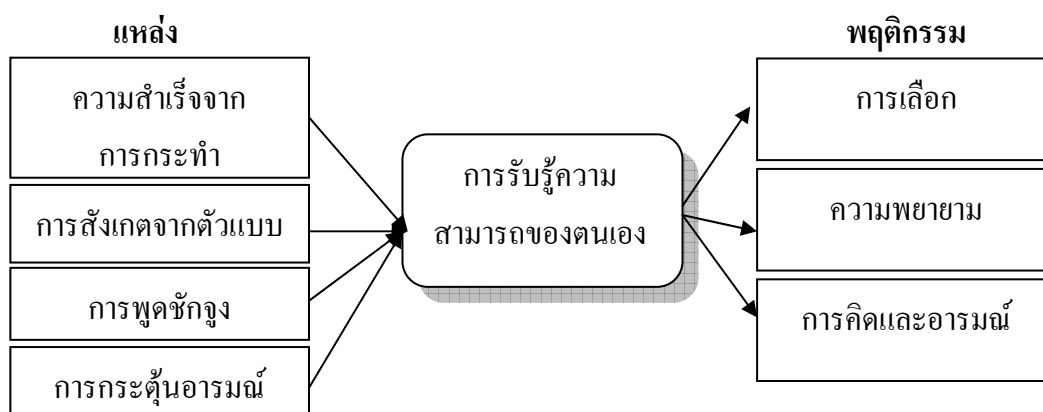
1) การประสบความสำเร็จในการปฏิบัติ (Performance Accomplishment) เกิดจากประสบการณ์ความสำเร็จที่แท้จริงของบุคคล ความสำเร็จจะทำให้การประเมินว่าตนเองมีความสามารถสูง ส่วนความล้มเหลวจะทำให้มีการประเมินความสามารถของตนเองต่ำลง

2) การได้เห็นต้นแบบ (Vicarious Experiences) การที่เห็นบุคคลอื่นคล้ายกับตนเองทำกิจกรรมได้สำเร็จ ก็สามารถเพิ่มความรู้สึกที่ว่าตนมีความสามารถที่จะกระทำกิจกรรมทำนองเดียวกันได้สำเร็จ

3) การพูดยืนยัน (Verbal Persuasion) เป็นการบอกบุคคลว่าเขามีความสามารถที่จะประสบความสำเร็จได้ ทำให้ผู้ถูกชักจูงมีความพยายามในการกระทำกิจกรรมนั้น ๆ มากขึ้น การใช้วิธีนี้จะได้ผลมากขึ้นเมื่อเป็นเรื่องที่เป็นไปได้ สอดคล้องกับความเป็นจริง มิฉะนั้นจะเป็นการทำลายความรู้สึกของผู้ถูกชักจูงเมื่อไม่สำเร็จ ทำให้เขาล้มเลิกการกระทำเมื่อพบอุปสรรค

4) การกระตุ้นอารมณ์ (Emotional Arousal) บุคคลรับรู้ความสามารถของตนเองจากภาวะการกระตุ้นทางอารมณ์ และจากการแสดงทางกายภาพ สร้างความรู้สึกในทางบวก เช่น การสร้างให้เกิดความคุ้นเคยกับสถานการณ์ ฝึกให้บุคคลลดความตื่นเต้น

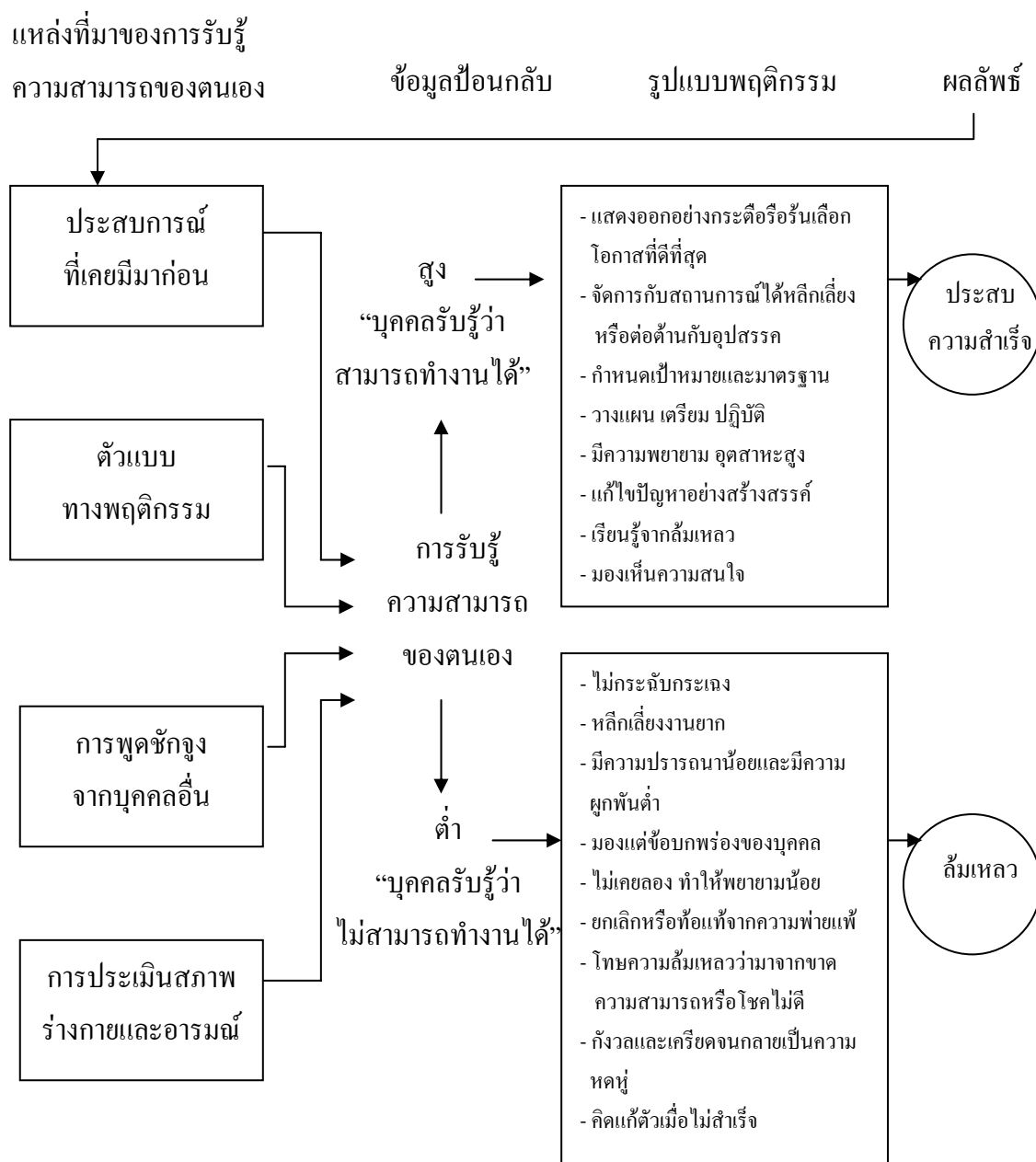
การรับรู้ความสามารถของตนเองนั้นสามารถเกิดขึ้นได้หลายประการ ซึ่งเบนจามิน ได้อีกว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองนั้น อาจเกิดจากปัจจัยใดปัจจัยหนึ่ง หรืออาจเกิดจากปัจจัยหลายประการมาผสมผสานกันก็ได้ (Bandura, 1986) ซึ่งสามารถแสดงตามภาพที่ 2.10



ภาพที่ 2.10 ความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งการรับรู้ความสามารถของตนเองกับพฤติกรรม

ที่มา : ดัดแปลงจาก Betz. (1992 อ้างถึงใน วัลภา สบายยิ่ง, 2542)

Bandura (1989) ได้นำเสนอ การรับรู้ความสามารถของตนเองนั้นมีความสัมพันธ์กับรูปแบบของพฤติกรรม และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นว่าจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว ตามภาพที่ 2.11



ภาพที่ 2.11 ความสัมพันธ์ของการรับรู้ความสามารถของตนเองกับผลลัพธ์
ที่มา : Bandura (1989)

2.3.5 การวัดการรับรู้ความสามารถของตนเอง

การตัดสินใจเกี่ยวกับความสามารถในการกระทำพฤติกรรมของบุคคลมีความแตกต่างกัน Bandura (1997) ได้กล่าวถึง มิติของการรับรู้ความสามารถไว้ 3 มิติ ดังนี้

มิติที่ 1 ระดับหรือปริมาณความยาก (Magnitude) คือ การรับรู้ความสามารถของตนเองในแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไปในการกระทำพฤติกรรมหนึ่ง ๆ หรือแตกต่างกันในบุคคลเดียวกัน เมื่อต้องทำพฤติกรรมที่มีความแตกต่างกัน

มิติที่ 2 ความเข้มหรือความมั่นใจ (Strength) เป็นความมั่นใจที่บุคคลคิดว่าตนสามารถทำงานได้ในระดับความยากต่าง ๆ ถ้าการรับรู้ความสามารถของตนเองมีความมั่นใจน้อยคือบุคคลไม่มั่นใจในความสามารถของตนเอง เมื่อประสบเหตุการณ์ที่ไม่เป็นไปตามที่รับรู้ จะทำให้การรับรู้ความสามารถของตนเองลดลง แต่ถ้ามีความมั่นใจมากบุคคลจะมีความพยายามมาก แม้ว่าจะประสบเหตุการณ์ที่ไม่สอดคล้องกับที่รับรู้บ้างก็ตาม

มิติที่ 3 การแผ่ขยาย (Generality) การรับรู้ความสามารถของตนเองอาจจะแผ่ขยายจากสถานการณ์หนึ่งไปสู่สถานการณ์อื่นในปริมาณที่แตกต่างกันได้ ประสบการณ์บางอย่างไม่ทำให้การรับรู้ความสามารถของตนเองแผ่ขยายไปสู่สถานการณ์อื่นได้

จากมิติทั้ง 3 ที่ Bandura กล่าวไว้ข้างต้น ส่วนใหญ่จะวัดใน 2 มิติ คือ วัดระดับหรือปริมาณของความยาก และวัดความเข้มหรือความมั่นใจ ส่วนการวัดการแผ่ขยายมักจะไม่ค่อยวัดกันในบริบทขององค์การ

กล่าวโดยสรุปว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง หมายถึง การที่บุคคลพิจารณาตัดสินใจกับความสามารถของตนเอง ว่าตนมีความสามารถพอที่จะกระทำพฤติกรรมบางอย่างได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้มากเพียงใด ซึ่งมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การเลือกกระทำในกิจกรรมต่าง ๆ และความพยายามที่จะกระทำในกิจกรรมนั้น ๆ ถ้าบุคคลรับว่าตนมีความสามารถ บุคคลนั้นจะมีความมั่นใจที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นและใช้ความพยายามอย่างเต็มที่ ซึ่งการรับรู้ความสามารถของตนเองสามารถวัดได้ 3 มิติ คือ ระดับความยาก ระดับความมั่นใจ และระดับการแผ่ขยาย สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้การวัดระดับการรับรู้ความสามารถของตนเอง 2 มิติ คือ วัดระดับความยาก และวัดระดับความมั่นใจ เนื่องจากเป็นที่ยอมรับกันมากในงานวิจัยส่วนใหญ่ และสามารถวัดได้ครอบคลุมทุกงาน

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพนักงานขาย และกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

2.4.1 พนักงานขาย (Sale Representative)

การขายมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อความอยู่รอดขององค์กร ในฐานะที่เป็นพื้นฐานในการสร้างผลกำไรให้องค์กร การพัฒนางานขายให้เกิดประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง การขายที่มีประสิทธิภาพจะก่อให้เกิดกระบวนการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การสรรหาผลิตภัณฑ์ที่มีผลตอบสนองความต้องการของลูกค้า “พนักงานขาย” ซึ่งเป็นผู้ที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรงเป็นตัวแทนขององค์กร ดังนั้นบุคลิกภาพ และพฤติกรรมของพนักงานขายจึงมีผลต่อผลิตภัณฑ์และองค์กรในความรู้สึกของลูกค้าและพนักงานขายยังเป็นผู้ที่มีบทบาทต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าอีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันการแข่งขันทางการตลาดมีความรุนแรงมาก อีกทั้งสถานะเศรษฐกิจที่ตกต่ำทำให้อำนาจการซื้อของผู้บริโภคมีจำกัด ดังนั้นการตัดสินใจซื้อจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายประการ

Hise (1980 อ้างถึงใน กังวาน บุญเลิศหล้า, 2540) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของผู้ที่ประสบความสำเร็จในอาชีพการขายนั้น ประกอบด้วย 4 ส่วนสำคัญ ดังนี้

1. การศึกษา ปัจจุบัน พบว่า พนักงานขายที่ประสบความสำเร็จส่วนมากจะมีการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย ซึ่งส่วนมากจะได้ปริญญา 2 ปี หรือ 4 ปี แต่ยังเป็นเรื่องที่ยืนยัน แต่เรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับอาชีพการขายมากกว่าคือ สาขาวิชาที่เรียน ซึ่งพบว่าพนักงานขายที่จบสาขาที่เกี่ยวข้องกับการขาย หรือการตลาดจะเหมาะสมกับอาชีพการขายมากกว่า เพราะมีพื้นฐานในด้านเทคนิคที่จำเป็นในการขาย
2. คุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่า พนักงานขายที่มีประสิทธิภาพจะเป็นคนที่มีการสื่อสารที่จริงจัง และมีกิริยาที่สามารถเชื่อถือได้ ต้องมีความกระตือรือร้น มีความเชื่อมั่น และมีการแต่งกายที่เหมาะสม ซึ่งพนักงานขายที่แต่งงานแล้ว จะมีแนวโน้มที่ทำได้ดีกว่าคนโสด
3. บุคลิกภาพ เชื่อว่าปัจจัยทางบุคลิกภาพมีความจำเป็นต่อความสำเร็จในการขาย ซึ่งพบว่าพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จมักมีแนวโน้มของบุคลิกภาพเป็นแบบชอบกังวล มีความรู้สึกไวต่อความต้องการของบุคคลอื่น ไม่ชอบความเสี่ยง มีความมั่นคง มีจินตนาการ และมีความปรารถนาความสำเร็จก้าวหน้า
4. นิสัยและประสบการณ์ในการทำงาน ซึ่งพบว่าพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จ มักมีนิสัยการทำงานที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็ว มีความสามารถในการสรุป และการแสดงการใช้หรือคำแนะนำต่อสินค้า และพนักงานที่มีประสิทธิภาพมักผ่านประสบการณ์ในการทำงานมาแล้ว

อรัม ถาวรมาศ (2537) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของพนักงานหรือพนักงานขาย ผู้ประสบความสำเร็จจะต้องมีความจริงใจ มีความกระตือรือร้น กระฉับกระเฉง ว่องไว มีความรอบรู้และสนใจสิ่งรอบด้าน มีความเป็นมิตร ยินดีที่จะช่วยเหลือผู้อื่น บุคลิกภาพน่าเชื่อถือทั้งกาย วาจา ใจ มีความเข้าใจหรือความละเอียดอ่อน (Empathy หรือ Sensibility) และมีความเอาชนะ หรือมีความมุ่งมั่นเฉพาะตัว (Ego Drive หรือ Self Motivation)

Graham (1989) ได้กล่าวว่า คนจำนวนมากไม่ได้เลือกอาชีพพนักงานขาย เพราะพวกเขากลัว และมีจินตนาการในแง่ลบต่องานขาย ปัญหาส่วนใหญ่ของพนักงานขาย คือ บุคลิกภาพในการขาย ได้แก่ ความยินดีที่จะให้บริการ การทำงานเป็นกลุ่ม และการเป็นคนเปิดเผย ซึ่งบุคลิกภาพเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจ และมักจะซื้อสินค้ากับพนักงานขายคนนั้น พนักงานขายที่เก่งนั้นเกิดจากการเรียนรู้เทคนิค ศึกษาความต้องการของลูกค้า เรียนรู้ว่าลูกค้ามีความพอใจ อย่างไรและติดตามอยู่เสมอ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่พนักงานขายทุกคนต้องมี

2.4.2 กระบวนการขาย โดยใช้พนักงานขาย (Personal selling process)

กระบวนการขายนั้นเหมือนกับ “ลูกโซ่” คือ มีหลายขั้นตอนติดต่อกัน แต่ละห่วงสามารถสรุปการขายได้สำเร็จในตัวของมันเอง หรือไม่ก็อาจจะปรากฏผลออกมาในแต่ละห่วง หรือแต่ละขั้นตอนว่า “ผู้ขายประสบความสำเร็จแล้วจนไม่อาจได้คำสั่งซื้อจากลูกค้า” กับขั้นตอนมีการ “ทับซ้อนกัน” และอาจต้องมีการ “ปรับเปลี่ยนหรือจัดลำดับเสียใหม่” กับขั้นตอนต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปในขณะนั้น การขายที่มีประสิทธิภาพมักลองสรุปการขาย ตั้งแต่เริ่มการเสนอขายเพื่อควาลูกค้าพร้อมที่จะซื้อหรือไม่ (ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท, 2537) ซึ่งมีขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการขาย ดังนี้



ภาพที่ 2.12 ขั้นตอนของกระบวนการขาย (Step in the Creative Selling Process)

ที่มา : Solomon et al. (2006)

จากภาพที่ 2.12 สามารถอธิบายขั้นตอนของกระบวนการขาย (Step in the Creative Selling Process) ได้ดังนี้

2.4.2.1 การแสวงหาลูกค้า (Prospecting and Qualify)

การแสวงหาลูกค้า คือ การจำแนกเพื่อให้รู้ว่าลูกค้าคาดหวังรายใดจะเป็นผู้ซื้อสินค้าหรือบริการในอนาคต

ลูกค้าคาดหวัง แบ่งออกเป็น 3 ประเภท

1. ลูกค้าคาดหวังที่แท้จริง (Real Prospects) คือ บุคคลที่พนักงานขายคาดหวังว่ามีท่าทีที่จะซื้อสินค้าถึง 80% โอกาสของการตัดสินใจซื้อมีมากที่สุด
2. ลูกค้าคาดหวังที่อยู่ในข่ายสงสัย (Suspects) คือ บุคคลที่พนักงานขายรู้รายละเอียดน้อย มีท่าทียังไม่ชัดเจนนักที่จะซื้อสินค้า แต่มีโอกาสเป็นไปได้ที่จะตัดสินใจซื้อในอนาคต
3. ลูกค้าคาดหวังที่ไม่ซื้อ หรือเรียกว่าไข่หลอกหรือต้นไม้ตาย (China Egg or Dead Wood) คือ บุคคลที่พนักงานขายไม่สามารถเปลี่ยนให้มาเป็นผู้ซื้อได้ จึงล้มลูกค้าประเภทนี้เสีย แล้วแสวงหาลูกค้าคาดหวังรายอื่น ๆ ต่อไป อย่าทอดทิ้งกับอุปสรรคที่เกิดขึ้น

2.4.2.2 การเตรียมตัวก่อนเข้าพอลูกค้า (Preapproach)

การเตรียมตัวก่อนเข้าพอลูกค้า คือ การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าที่คาดหวังให้มากที่สุด และมีการวางแผนที่ดีที่สุดในการเข้าพบ พนักงานขายที่ประสบความสำเร็จจะต้องเตรียมตัวก่อนที่จะเข้าพอลูกค้า ดังนี้

- 1) ความรอบรู้เกี่ยวกับตัวเอง (Know your Self) หมายถึง การเตรียมบุคลิกภาพ รูปร่าง หน้าตา กิริยาท่าทางได้เหมาะสมกับงานอาชีพขาย
- 2) ความรอบรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Know your Product) หมายถึง การเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เช่น ประวัติความเป็นมา รูปร่างของผลิตภัณฑ์ ส่วนประกอบ วิธีการผลิต วิธีการใช้ การบำรุงรักษา การให้บริการ การเปรียบเทียบสินค้า
- 3) ความรอบรู้เกี่ยวกับลูกค้า (Know your Customer) หมายถึง การเรียนรู้จิตใจของลูกค้าแต่ละรายเกี่ยวกับนิสัยใจคอ ประวัติความเป็นมา การศึกษา สิ่งที่ชอบ ขอบ แรงจูงใจในการซื้อ สาเหตุในการซื้อ และพฤติกรรมในการซื้อ
- 4) ความรอบรู้เกี่ยวกับบริษัท (Know your Company) หมายถึง การศึกษานโยบายของบริษัท เช่น เงื่อนไขการให้สินเชื่อ ส่วนลด การให้บริการหลังการขาย

5) ความรอบรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง (Know your Competition)

หมายถึง การศึกษาผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการจำหน่าย

6) ความรอบรู้เกี่ยวกับเทคนิคการขาย (Know your Selling Techniques)

หมายถึง วิธีการจูงใจ การสาธิต การตอบข้อโต้แย้ง การปิดการขาย การติดตามผล และการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้ามากที่สุด

2.4.2.3 การเข้าพบลูกค้า (Approach)

การเข้าพบลูกค้า คือ การที่จะใช้คำพูดกับลูกค้าโดยการสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นในช่วงแรก โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์อย่างเป็นกันเอง สันทนอย่างสุภาพ เตรียมข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน อย่าพยายามอ่านหรือท่องจำ จงระลึกเสมอว่าเราไปช่วยแก้ปัญหาให้กับลูกค้า และเริ่มทักทายลูกค้าด้วยคำที่มีพลัง แล้วใช้คำถามเปิดเพื่อเสนอขาย

2.4.2.4 การเสนอขาย (Sales Presentation)

การเสนอขาย คือ การอธิบายคุณสมบัติและวิธีการทำงานของผลิตภัณฑ์ เพื่อเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ของบริษัทกับสถานการณ์ของผู้ซื้อโดยมีจุดมุ่งหมาย คือ สร้างให้เกิดความพอใจในบริษัท และผลิตภัณฑ์ของบริษัท อีกทั้งการเสนอขายที่ดีควรเปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการทดลองสินค้า

การเสนอขายเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้การขายไปดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และไม่ควรวេลายเวลาไปมากนัก เพราะจะทำให้ลูกค้าเกิดตามเบื่อบ่อย พนักงานขายต้องเป็นนักแสดงที่ดี คำพูดที่ใช้ระหว่างการเสนอขายง่ายต่อการเข้าใจ ชัดเจน กระชับรัดกุม บรรณานุกรม ควรหลีกเลี่ยงการใช้ศัพท์ทางเทคนิคที่ไม่จำเป็น คำพูดที่ไม่ก่อให้เกิดความสนใจ สาธิตในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และเสริมสร้างความจริงใจ ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าทุกครั้งที่มีการเสนอขาย

2.4.2.5 การขจัดข้อโต้แย้ง (Handling Objections)

การขจัดข้อโต้แย้ง คือ การตอบข้อสงสัยหรือการไม่เห็นด้วยของลูกค้า การขจัดข้อโต้แย้งเหล่านี้พนักงานขายต้องใช้เทคนิค เพื่อให้เข้าถึงผู้ซื้อในด้านบวก เช่น พยายามชี้แจงข้อโต้แย้งต่าง ๆ ของผู้ซื้อให้ผู้ซื้อเข้าใจอย่างชัดเจน และพยายามเปลี่ยนแปลงข้อคัดค้านให้เป็นการยอมรับและเกิดการเห็นด้วย

เมื่อเรากลับคุณภาพไม่สมดุล ณ ที่นั้นย่อมเกิดข้อโต้แย้ง ธรรมชาติของผู้ผลิต และผู้บริโภคจะมองต่างมุมกัน คือ ผู้ผลิตอาจเน้นคุณภาพในตัวผลิตภัณฑ์ แต่มีความจำเป็นต้องตั้งราคาสูงเพื่อให้ได้กำไรในการประกอบการ แต่ผู้บริโภคต้องการสินค้าที่มีคุณภาพดีให้คุ้มกับเงินที่จ่ายไป ความพอดีความสมดุลจะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ถ้าไม่มีพนักงานขายที่ดีเป็นผู้ตอบข้อสงสัยทั้งปวง

2.4.2.6 การปิดการขาย (Closing)

การปิดการขาย คือ การที่พนักงานขายต้องใช้การสังเกต อากัปกิริยาจากลูกค้าว่ามีความพอใจหรือสนใจเพียงพอในระดับที่จะซื้อสินค้าหรือยัง หรือมีความเข้าใจในสินค้าอย่างชัดเจน การปิดการขายขึ้นอยู่กับจังหวะและเวลา ไม่สามารถระบุเวลาที่ใช้ในการขายแต่ละรายได้ แต่สิ่งที่พนักงานขายควรทำ คือ การทดลองปิดการขาย อาจใช้คำถามเรื่องการส่งมอบสินค้าหรือเงื่อนไขการชำระเงินเป็นคำถาม เพื่อที่จะได้คำตอบจากลูกค้าว่าซื้อหรือไม่ หากไม่ซื้อพนักงานขายควรนำเสนอการขายและตอบข้อโต้แย้งใหม่เพื่อความชัดเจนในสินค้า และควรสังเกตท่าทางของลูกค้า ประเด็นที่แท้จริงที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อเป็นเพราะอะไร เพื่อจะได้เสนอเงื่อนไขได้ถูกต้อง

2.4.2.7 การติดตามหลังการขาย (Follow – Up)

การติดตามหลังการขายเป็นสิ่งจำเป็นของพนักงานขาย ที่จะสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าเป็นสินค้าที่ดีจริง รวมถึงจะจัดความรู้สึกที่ลูกค้ามักจะเกิดความไม่แน่ใจในการใช้สินค้าครั้งแรก นอกจากนี้ลูกค้ายังมีความพอใจ ประทับใจในความดูแลเอาใจใส่ ซึ่งอาจส่งผลให้เพิ่มจำนวนซื้อในสินค้าตัวอื่นหรือเพิ่มจำนวนการสั่งซื้อ รวมทั้งการบอกคุณภาพของสินค้าและบริการของพนักงานขายกับเพื่อนหรือคนใกล้ชิดต่อไป ซึ่งจะส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้น

จากข้อความข้างต้น สรุปได้ว่า พนักงานขายมีบทบาทที่สำคัญต่อองค์กรในการเป็นตัวแทนขององค์กรในการนำเสนอขายสินค้า และการบริการแก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ และสร้างความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการ ในการประกอบอาชีพพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีคุณสมบัติทางด้านการศึกษา สาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับงานขาย ความกระตือรือร้นในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยในการปฏิบัติงานขายจะมีขั้นตอนการปฏิบัติงานขายอยู่ 7 ขั้นตอน คือ การแสวงหาลูกค้า การเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า การเข้าพบลูกค้า การนำเสนอสินค้า การตอบข้อโต้แย้งของลูกค้า การปิดการขาย และการบริการหลังการขาย เพื่อให้การขายมีประสิทธิภาพและทำให้พนักงานขายมีผลปฏิบัติงานตรงตามท้องที่กรคาดหวัง

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5.1 ปัจจัยด้านบุคคล

สุदारชต์ ศิริวงศ์ (2546) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของบุคลิกภาพ และความรู้สึกเห็นคุณค่าในตนเองที่มีต่อผลการปฏิบัติงานหัวหน้างานระดับกลาง บริษัท มัตสึชิมะ อิเล็กทรอนิกส์ (ไทยแลนด์) จำกัด จำนวน 106 คน โดยใช้แบบสอบถามสำหรับวัดบุคลิกภาพและความรู้สึกเห็น

คุณค่าในตนเอง ผลการวิจัยพบว่า ระยะเวลาปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และความรู้สึกเห็นคุณค่าในตนเองมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.5.2 ปัจจัยด้านการสอนงาน

Richard (1996) ได้ศึกษาเรื่องการสอนงานเพื่อประสิทธิภาพสูงสุด การสอนงานเป็นเครื่องมือการจัดการที่สำคัญที่ช่วยพัฒนาประสิทธิภาพส่วนบุคคล การสอนงานสามารถที่จะกำจัดขอบเขตลำดับขั้นในระบบได้ และการสอนงานสามารถช่วยลดระดับ ขอบเขตของระบบได้นอกจากนี้ยังได้เสนอการสอนงานที่มีประสิทธิภาพ ดังนี้ คือ การสอนงานต้องมีความยืดหยุ่น มุ่งมั่น การยอมรับสิ่งใหม่ ๆ มีความเปิดเผย และซื่อสัตย์ รู้ที่จะถามถึงผลตอบรับ และข้อเสนอแนะ สร้างเครือข่าย มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน และรู้ที่จะรับผิดชอบ

Paul and John (1999) ได้ศึกษาผลลัพธ์ของการสอนงาน การสอนงานเป็นกระบวนการเริ่มต้นถึงสิ้นสุด เป็นกระบวนการที่วิเคราะห์เหตุการณ์ในปัจจุบันที่ช่วยแนะนำผู้เรียนให้สามารถผ่านอุปสรรคต่าง ๆ ในแต่ละวันในชีวิตการทำงานไปได้ นอกจากนี้การสอนงานยังช่วยสร้างความสัมพันธ์ ด้านการเงิน การตัดสินใจในชีวิต

การสอนงานเป็นกระบวนการที่มีโครงสร้าง 2 ทาง คือ เพื่อการพัฒนา และการควบคุมความสามารถพิเศษเฉพาะทางของบุคคลนั้น เพื่อค้นหาผลลัพธ์ที่เฉพาะเจาะจง การสอนงานที่ประสบความสำเร็จจะต้องเกิดจากความร่วมมือระหว่างผู้สอนงานและผู้เรียน เพื่อให้สามารถผ่านขีดจำกัดของการสอนงานได้ โดยเสนอ 4 ขั้นตอนพื้นฐานในการสอนงาน ดังนี้ คือ

1. กระบวนการสอนงานที่ได้ตั้งเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง และกำหนดจุดมุ่งหมายระยะยาว
2. ดำรวจผลคาดคะเนที่เกิดขึ้นจากการกระตุ้นส่วนบุคคล ในเรื่องของปัญหา และความเป็นไปได้ที่จะแก้ไข
3. ให้คำจำกัดความถึงทางเลือกที่สามารถนำไปใช้ได้จริง และมีผลลัพธ์ออกมาจริง
4. กำหนดช่วงเวลาของแผนการทำงาน ที่จะทำให้ผลลัพธ์ออกมาสำเร็จ

Liz (2002) ได้ศึกษาการสอนงานเปรียบเสมือนกลยุทธ์ในการแทรกแซง การสอนเป็นการช่วยโดยใช้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียน และผู้สอนโดยใช้ความหลากหลายของเทคนิค และวิธีการเปลี่ยนนิสัยต่าง ๆ ที่สามารถช่วยให้ลูกคำประสบความสำเร็จที่ตั้งเป้าไว้ เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพความชำนาญของตนเอง

กฎของการสอนงาน (TGP: The Partnership, UK)

1. เป็นผู้ให้คำปรึกษา
2. เป็นผู้ชำนาญในเรื่องการแนะนำ
3. เป็นผู้ให้ความสะดวก
4. เป็นผู้ให้คำปรึกษาทางด้านอารมณ์
5. เป็นผู้ที่สามารถรวบรวมสิ่งต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์

Modernization Agency Leadership Centre (2005) โดย Williams et al. ได้รวบรวมงานวิจัยเกี่ยวกับความเชี่ยวชาญหรือทักษะในการสอนงานของ Beamont, 2000; Broustein, 2000; Flaherty, 1999; Olalla and Echeverria, 1996 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- เป็นผู้ฟังที่ตื่นตัว และเฝ้าสังเกตดู
- สามารถให้โครงสร้างของผลตอบกลับ และการทบทวนข้อมูล
- สามารถใช้เทคนิคการถอดความ สรุป และหาผลสะท้อนได้
- รู้ที่จะถามคำถามที่ดี คำถามที่เฉพาะเจาะจงถึงปัญหา เพื่อให้ผู้เรียนได้เห็นและรับผลสะท้อนจากปัญหาและสามารถนำไปศึกษาได้
- นำผลสะท้อนจากผู้เรียนมาจัดทำเป็นข้อสรุปในแง่มุมต่าง ๆ
- มีความเข้าใจ และการฟังเพื่อเป็นเครื่องมือตรวจสอบในสิ่งที่ไม่แน่นอน
- ให้คำจำกัดความถึงข้อจำกัดของบทสรุป และความเชื่อ
- ไม่ตัดสินใจปัญหาด้วยตนเอง และยอมรับฟังอย่างเปิดใจ
- เป็นผู้สร้างสรรค์ และพัฒนาความสัมพันธ์
- สามารถเสนอโครงการที่สามารถแก้ปัญหา นำเสนอความคิดใหม่หรือข้อเสนอแนะ เพื่อช่วยให้ผู้เรียนสามารถตัดสินใจหาหนทางต่อไปได้
- จัดสรรในเรื่องของเวลา การนัดหมาย และแนวคิดการติดต่อ (รู้ว่าทำอะไรถึงเพียงพอ)
- จัดการการนัดหมายที่มีประสิทธิภาพ ที่มีทั้งกระบวนการและข้อมูล
- มีการจัดลำดับความสำคัญ
- ยอมรับในผลลัพธ์ และวางแผนที่มีประสิทธิภาพ ตรวจสอบกระบวนการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง
- แทรกแซง และสร้างตัวกระตุ้นเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพให้มากขึ้น
- สามารถแนะนำ กระตุ้น และให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาอาชีพ

Champathes (2006) ได้ศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพการสอนงาน และนำเสนอแบบจำลองการสอนงาน โดยการถึงธรรมชาติของการสอนงานว่า การสอนงานเป็นเทคนิคหนึ่งที่ใช้ในการปรับปรุงผลการปฏิบัติงาน ซึ่งการสอนเป็นการสื่อสารทางเดียวที่ผู้จัดการสอนให้ลูกน้องปฏิบัติตาม หรือทำในสิ่งที่ต้องการ แต่ลูกน้องอาจไม่เข้าใจ หรือไม่สามารถปฏิบัติได้ตรงตามที่ต้องการ การสอนงานเป็นการสื่อสารสองทางที่ผู้สอนจะนำผลตอบรับมาพิจารณาในการปรับปรุงครั้งต่อไป และยังสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้สอนงาน และผู้เรียนได้

ผู้สอนงานช่วยให้ผู้เรียนสามารถประเมินในสิ่งที่เกิดขึ้นระหว่างการเรียน ยังช่วยค้นพบหนทาง และวิธีการพัฒนา อีกทั้งการสอนงานยังช่วยในการพัฒนาการขาย การออกแบบผลิตภัณฑ์ การพัฒนานิสัยของตนเอง การต่อรอง การจัดการ และอื่น ๆ และได้เสนอแบบจำลองการสอนงานดังนี้

1. สร้างความชัดเจน (Clarifying Need) การสร้างความชัดเจนสามารถทำให้ผู้อื่นตกลง และมีความต้องการที่จะเรียนรู้
2. มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน (Objective Setting) การมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนทำให้การวางแผนเป้าหมายได้อย่างชาญฉลาด
3. มีการวางแผนกลยุทธ์ (Action plan Designing) การมีการวางแผนเป้าหมายผลลัพธ์ สิ่งที่ต้องทำ ผลที่จะได้รับหรือทำที่จะได้เรียนรู้ ระดับของการทดลองระยะเวลาดำเนินการ และจัดการประชุมเพื่อให้ทราบถึงผลที่ได้รับจากการดำเนินงาน
4. ตรวจสอบผลตอบรับ (Checking Activities) ทำการสำรวจถึงคุณค่าที่ได้ ผู้สอนจะให้ ผลตอบกลับแก่ผู้เรียน หรือให้ผู้เรียนได้ค้นหาคุณค่าจากสิ่งที่ได้ศึกษาเอง

วิมล มาดิษฐ์ (2547) ได้ทำการวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์การ การสอนงาน กับสมรรถนะของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลศูนย์ กลุ่มตัวอย่างเป็นพยาบาลวิชาชีพระดับปฏิบัติการ โรงพยาบาลศูนย์ ที่มีประสบการณ์การทำงาน 1 ปีขึ้นไป จำนวน 378 คน ได้จากกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วยแบบสอบถามบรรยากาศองค์การ แบบสอบถามการสอนงาน และแบบสอบถามสมรรถนะของพยาบาล ผลการศึกษาพบว่าบรรยากาศองค์การ การสอนงาน และสมรรถนะของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลศูนย์ อยู่ในระดับสูง บรรยากาศองค์การ การสอนงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับสมรรถนะของพยาบาลวิชาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.5.3 การรับรู้ความสามารถของตนเอง

Pentz และ Kazdin (1982) ศึกษารูปแบบการแสดงออกและสิ่งเร้าที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การแสดงออกที่เหมาะสม และการรับรู้ความสามารถของตนเองของวัยรุ่น โดยทำการทดสอบ รูปแบบการแสดงออกและสิ่งเร้ากับวัยรุ่นที่มีการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมหรือมีความก้าวร้าวต่อคุณครู จำนวน 61 คน เพื่อประมาณค่าผลของรูปแบบการแสดงออก สิ่งเร้าในการฝึกอบรม และพฤติกรรมที่มีมาก่อนต่อการแสดงบทบาทสมมติทางพฤติกรรมและการรับรู้ความสามารถของตนเอง ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการแสดงออกอย่างเปิดเผย ทำให้เกิดการแสดงออกอย่างเหมาะสมต่อคุณครู เพื่อน และผู้ปกครอง การรับรู้ความสามารถของตนเองและพฤติกรรมการแสดงออกมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง และพบว่าประสิทธิผลของรูปแบบการแสดงออกระยะสั้นต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองกับพฤติกรรมการแสดงออกที่เหมาะสมนั้นแตกต่างกัน

Schouten และคณะ (2002) ได้ศึกษาเรื่องความรู้ ทักษะ การรับรู้ความสามารถของตนเอง และพฤติกรรมในการฟ้องร้องของคนไข้รักษาฟันชาวเนเธอร์แลนด์ โดยใช้แบบสอบถามประเมินความรู้ ทักษะ การรับรู้ความสามารถของตนเอง และพฤติกรรมการรายงานตนเองเกี่ยวกับสิทธิในการฟ้องร้องจากกฎหมายสิทธิการได้รับการรักษาทางการแพทย์ ปี ค.ศ.1995 ของคนไข้รักษาฟัน จำนวน 128 คน พบว่ามีคนไข้น้อยรายที่คุ้นเคยกับสิทธิในการฟ้องร้องนี้ ทักษะและการรับรู้ความสามารถของตนเองของคนไข้เป็นทางบวกน้อย และพบว่าความรู้ ทักษะ และการรับรู้ความสามารถของตนเองทำนายพฤติกรรมการฟ้องร้องเกี่ยวกับสิทธิของคนไข้ได้

Harrison และคณะ (1997 อ้างถึงใน ดวงกมล, 2544) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองในงานด้านคอมพิวเตอร์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานมหาวิทยาลัยในอเมริกา พบว่า ผลการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความสามารถของตนเอง โดยผู้ที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้คอมพิวเตอร์สูงจะมีผลการปฏิบัติงานสูง และผู้ที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้คอมพิวเตอร์ต่ำจะมีผลการปฏิบัติงานต่ำด้วย

Barling และ Able (1983) ได้ทำการศึกษาเรื่องการรับรู้ความสามารถของตนเองกับผลการทำงาน พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเล่นเทนนิส กล่าวคือ คนที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการเล่นเทนนิสสูง ก็จะเล่นเทนนิสได้ดีกว่าคนที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการเล่นต่ำ ในกลุ่มคนที่ไม่มีฝีมือและทักษะการเล่นเทนนิสพอ ๆ กัน

Farner (1998) ได้ทำการศึกษาผลกระทบของการฝึกอบรมการรับรู้ความสามารถของตนเอง และรางวัลที่เป็นเงินต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงาน 38 คน ที่ทำงานในสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง โดยมีตัวแปรแทรกแซงคือ โปรแกรมสิ่งจูงใจที่เป็นเงิน พบว่า การฝึกอบรมมีผลทำให้พนักงานเพิ่มการรับรู้ความสามารถของตนเองอย่างมีนัยสำคัญ และเมื่อเชื่อมกับตัวแปรแทรกแซงด้วยการให้รางวัลที่เป็นเงินด้วยแล้ว ยิ่งส่งผลให้มีผลการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ยังพบว่า หลังจากที่ได้รับสิ่งจูงใจที่เป็นเงินออกแล้ว ระดับของการรับรู้ความสามารถของตนเองและการปฏิบัติงานยังคงสูงอยู่ แม้ว่าเวลาจะผ่านไปหลายเดือนแล้วก็ตาม

Hall (2000) ได้ทำการศึกษาการรับรู้ความสามารถของตนเองในการทำงาน พบว่า บุคคลที่มีความเชื่อในความสามารถของตนเองที่ประสบความสำเร็จในการทำงานสูง จะมีวิธีที่จะจัดการกับความท้าทายและอุปสรรคต่าง ๆ ที่พวกเขาเผชิญอยู่ให้ประสบความสำเร็จในการทำงานของพวกเขา และพวกเขาจะพัฒนากลยุทธ์ทั้งหมดที่จะช่วยให้พวกเขาประสบความสำเร็จมากขึ้น

ประทีป จินน์ (2539) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองด้านการทำงานกับประสิทธิภาพการทำงานตามที่ได้รับมอบหมายของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพณิชยการพระนคร จำนวน 230 คน ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพการทำงานและพบว่า การทำให้นักศึกษาประสบความสำเร็จในการพิมพ์ดีดตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ซ้ำ ๆ กันหลายครั้ง มีผลทำให้นักศึกษามีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูงขึ้น

จิราภรณ์ กุณสิทธิ์ (2541) ศึกษาเรื่องการทำนายผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ ด้วยตัวแปรด้านการกำกับตนเองในการเรียน การรับรู้ความสามารถของตนเองทางคณิตศาสตร์ ทักษะคิดต่อวิชาคณิตศาสตร์ และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 397 คน พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้น มัธยมศึกษาปีที่ 3 สามารถทำนายได้จากการกำกับตนเองในการเรียน การรับรู้ ความสามารถของตนเองทางคณิตศาสตร์ และทักษะคิดต่อวิชาคณิตศาสตร์ โดยมีตัวทำนายที่ดีที่สุด คือ การรับรู้ความสามารถของตนเองทางคณิตศาสตร์ รองลงมาคือ ทักษะคิดต่อวิชาคณิตศาสตร์ และการกำกับตนเองในการเรียนวิชา คณิตศาสตร์ ตามลำดับ

ศยามล เอกะกุลนันต์ (2541) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองด้านการบริหารกับพฤติกรรมการบริหารของผู้ในระดับต้นในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แห่งหนึ่งในเขตนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดปทุมธานี จำนวน 215 คน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้นำระดับต้นมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการบริหารอยู่ในระดับสูง ผู้นำระดับต้นที่มีความวิตกกังวลแตกต่างกันจะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่พบความแตกต่างนี้ในตัวแปร เพศ อายุ อายุงาน วุฒิการศึกษา และประสบการณ์ฝึกอบรม และผลการวิจัยยังพบอีกว่าการรับรู้ความสามารถของตนเองในการบริหารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมกรรมการบริหารของผู้นำ

เศรษฐา ดันติเดชามงคล 2546: ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเอง การสนับสนุนทางองค์การและพฤติกรรมความปลอดภัยของพนักงานระดับปฏิบัติการในโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์เมลามีนและพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 270 คน ผลการวิจัยพบว่า (1) พนักงานระดับปฏิบัติการมีการรับรู้ความสามารถของตนเองอยู่ในระดับสูง (2) ลักษณะส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความปลอดภัย การรับรู้ความสามารถของตนเองและการสนับสนุนทางองค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมความปลอดภัยของพนักงานระดับปฏิบัติการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 (3) การรับรู้ความสามารถของตนเอง การสนับสนุนทางองค์การด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานและด้านการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงานสามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมความปลอดภัยของพนักงานระดับปฏิบัติการได้ร้อยละ 70.10 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

วัลภา สบายยิ่ง (2542) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการตั้งเป้าหมาย การรับรู้ความสามารถของตนเอง และบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของผู้จำหน่ายตรง โดยใช้กลุ่มตัวอย่างของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด นูทรี เมดิคัลอินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท สุพรีเคอร์ม อินเตอร์เนชันแนล จำกัด จำนวน 443 คน วิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงาน เมื่อเพิ่มตัวแปรบุคลิกภาพและประสบการณ์ในการทำงานเข้าไปในงานวิจัย พบว่า ประสบการณ์ในการทำงานส่งผลทางอ้อมต่อการปฏิบัติงานด้านคุณภาพทางการรับรู้ความสามารถของตนเอง แต่บุคลิกภาพไม่ส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง

ดวงกมล หงส์รัตน์ (2544) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเอง ค่านิยมในการทำงาน และการวางแผนอาชีพของพนักงานบริษัทจำหน่ายและให้บริการเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยใช้กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานในบริษัทจำหน่ายและให้บริการเครื่องใช้ไฟฟ้าแห่งหนึ่งจำนวน 191 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นเชิง

ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่านิยมในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ .05

สมชาย อินทรมงคล (2548) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเอง บุคลิกภาพ เชาว์น้อารมณ์ กับความสามารถในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย โดยใช้กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานในกลุ่มบริษัทที่ประกอบธุรกิจขายสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 251 คน วิเคราะห์ข้อมูลหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน ผลการศึกษาพบว่า พนักงานขายมีการรับรู้ความสามารถของตนเองอยู่ในระดับสูง

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 วิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงบรรยาย (Descriptive Research) โดยใช้สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) แบบมีพารามิเตอร์ (Parametric Statistics) เพื่อศึกษาค้นคว้าหาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับระดับการได้รับการสอนงาน การรับรู้ความสามารถของตนเอง และผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างว่าอยู่ในระดับใด และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ รวมทั้งศึกษาปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

พนักงานขายรถยนต์ที่ปฏิบัติงานมากกว่า 4 เดือนขึ้นไป บริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ สำนักงานใหญ่ 8 ยี่ห้อ คือ เชฟโรเลต, ฟอร์ด, มาสด้า, นิสสัน, มิตซูบิชิ, ฮอนด้า, โตโยต้า และ อีซูซุ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ทั้ง 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ ซึ่งมีรายละเอียดดังปรากฏตามตารางที่ 1

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

ชื่อ	ประชากรของพนักงานขายรถยนต์				รวม
	นครราชสีมา	ชัยภูมิ	บุรีรัมย์	สุรินทร์	
เซฟโรเลต	12	7	10	10	39
ฟอร์ด	20	7	7	7	41
มาสด้า	8	8	8	8	32
นิสสัน	18	8	8	8	42
มิซูบิชิ	10	5	5	5	25
ฮอนด้า	11	3	5	5	24
โตโยต้า	28	8	20	30	86
อิซูซุ	22	6	6	9	43
รวม	129	52	69	82	332

ที่มา: โทรศัพท์สอบถามข้อมูลจากบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ สำนักงานใหญ่ ทั้ง 8 แห่ง คือ เซฟโรเลต, ฟอร์ด, มาสด้า, นิสสัน, มิซูบิชิ, ฮอนด้า, โตโยต้า และ อิซูซุ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

3.2.2 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา โดยทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรในการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณด้วยสูตรแบบทราบจำนวนประชากรของ Taro Yamane (1970 อ้างถึงใน ประคอง วรรณสูตร, 2542) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดประชากร

e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง ในการศึกษารั้งนี้

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยให้ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้เท่ากับ .05 ที่ระดับความเชื่อมั่น .95 ซึ่งได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างประมาณ 181 คน

จากจำนวนประชากรทั้งหมด 332 คน สามารถคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้ดังนี้

แทนค่า

$$n = \frac{332}{1 + 332(0.05)^2}$$

$$n = 181.42 \text{ หรือ } 181 \text{ คน}$$

ในที่นี้ เพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยขอปรับขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 200 คน

3.2.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อการศึกษาครั้งนี้ เป็นการเลือกแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการเลือกแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) ดังนี้คือ

ขั้นตอนที่ 1) การเลือกแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างของชั้นภูมิเป็นสัดส่วนกับจำนวนทั้งหมดในชั้นภูมิ (Proportional to Size) ซึ่งมีรายละเอียด ดังปรากฏตามตารางที่ 2

สูตร
$$n_i = \frac{N_i}{N} n$$

เมื่อ n_i = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของชั้นภูมิ i

N_i = จำนวนประชากรในชั้นภูมิ i

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดประชากร

ตารางที่ 3.2 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของชั้นภูมิเป็นสัดส่วนกับจำนวนทั้งหมดในชั้นภูมิ

ประชากร (N = 332); ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (n = 200)												
จังหวัด สูตร	นครราชสีมา			ชัยภูมิ			บุรีรัมย์			สุรินทร์		
N_i	129			52			69			82		
N_i/N	.40			.15			.20			.25		
n_i	80			30			40			50		
ยี่ห้อ	N_i	N_i/N	n_i	N_i	N_i/N	n_i	N_i	N_i/N	n_i	N_i	N_i/N	n_i
เซฟโรเลต	12	.09	7	7	.13	3	10	.14	5	10	.12	6
ฟอร์ด	20	.15	12	7	.13	3	7	.10	3	7	.09	3
มาสด้า	8	.06	5	8	.15	5	8	.12	5	8	.10	5
นิสสัน	18	.14	11	8	.15	5	8	.12	5	8	.10	5
มิตซูบิชิ	10	.07	6	5	.10	3	5	.07	3	5	.06	3
ฮอนด้า	11	.08	6	3	.06	2	5	.07	3	5	.06	3
โตโยต้า	28	.25	20	8	.15	5	20	.29	12	30	.37	19
อิซูซุ	22	.16	13	6	.12	4	6	.09	4	9	.11	6
รวม	129	1	80	52	1	30	69	1	40	82	1	50

ขั้นตอนที่ 2) การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละยี่ห้อของแต่ละจังหวัดทั้ง 4 จังหวัด แล้วจึงใช้วิธีการสุ่มอย่างแบบง่ายในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีโอกาสถูกเลือกเท่า ๆ กัน

3.3 ตัวแปรที่ทำการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย ตัวแปร 2 กลุ่ม คือ ตัวแปรอิสระมีจำนวน 3 กลุ่มตัวแปร และตัวแปรตามมีจำนวน 2 กลุ่มตัวแปร ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

3.3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) มี 3 กลุ่มตัวแปร คือ

กลุ่มที่ 1 ปัจจัยด้านบุคคล ประกอบด้วย 7 ตัวแปร ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่จบการศึกษา ประสบการณ์ในงานขาย และระยะเวลาการปฏิบัติงาน

กลุ่มที่ 2 ปัจจัยด้านการสอนงาน ประกอบด้วย 7 ตัวแปร ได้แก่ การกำหนดวัตถุประสงค์ การจูงใจหรือการให้รางวัล การบอกเล่าและแสดงให้ดู การทดสอบความรู้ความเข้าใจ การปฏิบัติ การตรวจสอบติดตาม และการป้อนข้อมูลย้อนกลับหรือการให้ข้อเสนอแนะ

กลุ่มที่ 3 การรับรู้ความสามารถของตนเอง แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ผลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่เกิดจากแหล่งที่มาของการรับรู้ความสามารถของตนเอง และการรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขายสินค้า

3.3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ คะแนนผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ที่ประเมินโดยหัวหน้าทีมขาย โดยมี 2 กลุ่มตัวแปร คือ

กลุ่มที่ 1 แบบประเมินผลการปฏิบัติงานขาย ประกอบด้วย เกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงาน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคุณลักษณะส่วนตัว 2) ด้านความรู้เกี่ยวกับงานขาย และ 3) ด้านความสามารถในการวางแผนและดำเนินงานเกี่ยวกับการขาย

กลุ่มที่ 2 แบบประเมินความสามารถในการขาย ที่พนักงานขายรถยนต์สามารถขายได้ตามเป้าหมายที่กำหนด ในช่วงระยะเวลา 3 เดือน

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสร้างขึ้นมาจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการปรับปรุงจากแบบวัดมาตรฐาน โดยแบ่งออกเป็น 2 ชุด ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.4.1 ชุดที่ 1 สำหรับพนักงานขายรถยนต์ จัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการได้รับการสอนงานจากหัวหน้างาน และการรับรู้ความสามารถของตนเอง ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่จบการศึกษา ประสบการณ์ในงานขาย และระยะเวลาการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed form) จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการสอนงาน ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed form) โดยอาศัยเครื่องมือตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert's Scale) จำนวน 52 ข้อ ได้แก่

การกำหนดวัตถุประสงค์ มีจำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย ข้อ 1 - 6

การจูงใจหรือการให้รางวัล มีจำนวน 8 ข้อ ประกอบด้วย ข้อ 7 - 14

การบอกเล่าและแสดงให้ดู มีจำนวน 18 ข้อ ประกอบด้วย ข้อ 15 - 32

การทดสอบความรู้ ความเข้าใจ มีจำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย ข้อ 33 - 37

การปฏิบัติ มีจำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย ข้อ 38 - 44

การตรวจสอบติดตาม มีจำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย ข้อ 45 - 48

การป้อนข้อมูลย้อนกลับหรือการให้ข้อเสนอแนะ มีจำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย ข้อ 49 - 52

โดยมีรายละเอียดและเกณฑ์การให้คะแนนข้อคำถาม ดังต่อไปนี้ (นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี, 2548)

คำตอบ	เกณฑ์การให้คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

การกำหนดเกณฑ์การแปลผลคะแนนแบบสอบถามเกี่ยวกับการสอนงาน คือ ผู้วิจัยได้นำคะแนนการได้รับการสอนงานมากำหนดระดับค่าเฉลี่ยออกเป็น 3 ระดับ โดยพิจารณาจากช่วงคะแนนแต่ละระดับจากค่าอันตรภาคชั้น โดยมีสูตรคำนวณดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549)

$$I = \frac{R}{K}$$

เมื่อ

I	=	ความกว้างของชั้น
R	=	พิสัย (ค่าสูงสุด - ค่าต่ำสุด)
K	=	จำนวนชั้น

แทนค่าตามสูตร

$$I = \frac{5 - 1}{3}$$

$$I = \frac{4}{3}$$

$$I = 1.33$$

เมื่อทราบค่าคะแนนในสูตรจะได้เกณฑ์ เพื่อนำมากำหนดช่วงคะแนน และแปลผล ดังนี้

ช่วงคะแนน	ความหมาย
1.00 – 2.33	การได้รับการสอนงานจากหัวหน้างานอยู่ในระดับต่ำ
2.34 – 3.66	การได้รับการสอนงานจากหัวหน้างานอยู่ในระดับปานกลาง
3.67 – 5.00	การได้รับการสอนงานจากหัวหน้างานอยู่ในระดับสูง

ตอนที่ 3 แบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับหัวหน้าทีมขายว่ามีวิธีสอนงานอย่างไร และมีข้อเสนอแนะต่อหัวหน้าทีมขายในขั้นตอนการสอนงานและความสำคัญของการสอนงานที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open form) จำนวน 3 ข้อ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถของตนเอง โดยอาศัยเครื่องมือตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert's Scale) จำนวน 51 ข้อ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1) ผลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่เกิดจากแหล่งที่มาของการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Bandura, 1977) จำนวน 30 ข้อ ได้แก่

ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ มีจำนวน 10 ข้อ ประกอบด้วย ข้อ 1 - 10

การได้เห็นต้นแบบ มีจำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย ข้อ 11 - 14

การใช้คำพูดชักจูงจากผู้อื่น มีจำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย ข้อ 15 - 20

การกระตุ้นทางอารมณ์ มีจำนวน 10 ข้อ ประกอบด้วย ข้อ 21 - 30

2) การรับรู้ความสามารถของตนเองแบบเฉพาะเจาะจงในกระบวนการขาย 7 ขั้นตอน (Solomon et al., 2006; วัลภา สบายยิ่ง, 2542 และสมชาย อินทรมงคล, 2548) โดยอาศัยเครื่องมือตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert's Scale) จำนวน 21 ข้อ ได้แก่

การแสวงหาลูกค้า มีจำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย ข้อ 31 - 34

การเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า มีจำนวน 3 ข้อ ประกอบด้วย ข้อ 35- 37

การเข้าพบลูกค้า มีจำนวน 2 ข้อ ประกอบด้วย ข้อ 38 - 39

การเสนอขาย มีจำนวน 3 ข้อ ประกอบด้วย ข้อ 40 - 42

การเผชิญข้อโต้แย้ง มีจำนวน 3 ข้อ ประกอบด้วย ข้อ 43 - 45

การปิดการขาย มีจำนวน 3 ข้อ ประกอบด้วย ข้อ 46 - 48

การติดตามหลังการขาย มีจำนวน 3 ข้อ ประกอบด้วย ข้อ 49 - 51

โดยมีรายละเอียดและเกณฑ์การให้คะแนนข้อคำถาม ดังต่อไปนี้ (นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี, 2548)

คำตอบ	เกณฑ์การให้คะแนน
เชื่อมั่นมากที่สุด	5
เชื่อมั่นมาก	4
เชื่อมั่นปานกลาง	3
เชื่อมั่นน้อย	2
เชื่อมั่นน้อยที่สุด	1

การกำหนดเกณฑ์การแปลผลคะแนนแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถของตนเอง คือ ผู้วิจัยได้นำคะแนนการรับรู้ความสามารถของตนเองมากำหนดระดับค่าเฉลี่ยออกเป็น 3 ระดับ โดยพิจารณาจากช่วงคะแนนแต่ละระดับจากค่าอันตรภาคชั้น

เมื่อทราบค่าคะแนนในสูตรจะได้เกณฑ์ เพื่อนำมากำหนดช่วงคะแนน และแปลผล ดังนี้

ช่วงคะแนน	ความหมาย
1.00 – 2.33	การรับรู้ความสามารถของตนเองอยู่ในระดับต่ำ
2.34 – 3.66	การรับรู้ความสามารถของตนเองอยู่ในระดับปานกลาง
3.67 – 5.00	การรับรู้ความสามารถของตนเองอยู่ในระดับสูง

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นต่อการมีเป้าหมายในการขาย และแสดงความคิดเห็นต่อความสามารถของตนเองในงานขาย ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open form) จำนวน 2 ข้อ

3.4.2 ชุดที่ 2 สำหรับหัวหน้าทีมขาย เพื่อประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ซึ่งผู้วิจัยได้ปรับปรุงจากงานวิจัยของ สมชาย อินทรมงคล (2548); นิติพล ภูตะติ (2549) และแบบประเมินผลการปฏิบัติงานของบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่ง โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินผลการปฏิบัติงานขาย โดยอาศัยเครื่องมือตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert's Scale) ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed-Form Questions) จำนวน 26 ข้อ ประกอบด้วยเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงาน 3 ด้าน ได้แก่

ด้านคุณลักษณะส่วนตัว มีจำนวน 10 ข้อ ประกอบด้วย ข้อ 1 - 10

ด้านความรู้เกี่ยวกับงานขาย มีจำนวน 9 ข้อ ประกอบด้วย ข้อ 11 - 19

ด้านความสามารถในการวางแผนและดำเนินงานเกี่ยวกับการขาย มีจำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย ข้อ 20 – 26

โดยมีรายละเอียดและเกณฑ์การให้คะแนนข้อคำถาม ดังต่อไปนี้ (นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี, 2548)

คำตอบ	เกณฑ์การให้คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

การกำหนดเกณฑ์การแปลผลคะแนนแบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินผลการปฏิบัติงานขาย คือ ผู้วิจัยได้นำคะแนนการประเมินมากำหนดระดับค่าเฉลี่ยออกเป็น 3 ระดับ โดยพิจารณาจากช่วงคะแนนแต่ละระดับจากค่าอันตรภาคชั้น

เมื่อทราบค่าคะแนนในสูตรจะได้เกณฑ์ เพื่อนำมากำหนดช่วงคะแนน และแปลผล ดังนี้

ช่วงคะแนน	ความหมาย
1.00 – 2.33	ผลการปฏิบัติงานขายอยู่ในระดับต่ำ
2.34 – 3.66	ผลการปฏิบัติงานขายอยู่ในระดับปานกลาง
3.67 – 5.00	ผลการปฏิบัติงานขายอยู่ในระดับระดับสูง

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินความสามารถในการขายของพนักงานขาย ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed form) จำนวน 1 ข้อ คือ ความสามารถในการขายของพนักงานอยู่ในระดับใด

โดยมีรายละเอียดและเกณฑ์การให้คะแนนข้อคำถาม ดังนี้

คำตอบ	เกณฑ์การให้คะแนน
มีความสามารถในการขายอยู่ในระดับต่ำ	1
มีความสามารถในการขายอยู่ในระดับปานกลาง	2
มีความสามารถในการขายอยู่ในระดับสูง	3

ผู้วิจัยทำการตรวจ และให้คะแนนเป็นรายชื่อในแบบประเมินความสามารถในการขาย เพื่อคิดเป็นคะแนน ซึ่งจะมีคะแนนเต็ม 3 คะแนน ในแต่ละชุด และทำการปรับค่าคะแนน โดยคูณ 5 และหาร 3 เพื่อให้คะแนนของประเมินทั้งสองตอนมีค่าคะแนนเท่ากัน คือ 5 คะแนน โดยมีรายละเอียดและเกณฑ์การให้คะแนนข้อคำถาม ดังต่อไปนี้

คำตอบ	เกณฑ์การให้คะแนน
ความสามารถในการขายดีมาก	5
ความสามารถในการขายดี	4
ความสามารถในการขายปานกลาง	3
ความสามารถในการขายพอใช้	2
ความสามารถในการขายไม่ผ่านมาตรฐาน	1

การกำหนดเกณฑ์การแปลผลคะแนนแบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินความสามารถในการขาย คือ ผู้วิจัยได้นำคะแนนการประเมินมากำหนดระดับค่าเฉลี่ยออกเป็น 3 ระดับ โดยพิจารณาจากช่วงคะแนนแต่ละระดับจากค่าอันตรภาคชั้น โดยมีสูตรคำนวณดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549)

$$I = \frac{R}{K}$$

เมื่อ I = ความกว้างของชั้น
 R = พิสัย (ค่าสูงสุด – ค่าต่ำสุด)
 K = จำนวนชั้น

แทนค่าตามสูตร

$$I = \frac{5 - 1}{3}$$

$$I = \frac{4}{3}$$

$$I = 1.33$$

เมื่อทราบค่าคะแนนในสูตรจะได้เกณฑ์ เพื่อนำมากำหนดช่วงคะแนน และแปลผล ดังนี้

ช่วงคะแนน	ความหมาย
1.00 – 2.33	ผลการปฏิบัติงานขายอยู่ในระดับต่ำ
2.34 – 3.66	ผลการปฏิบัติงานขายอยู่ในระดับปานกลาง
3.67 – 5.00	ผลการปฏิบัติงานขายอยู่ในระดับระดับสูง

ส่วนเกณฑ์ในการอธิบายค่าความสัมพันธ์ที่ได้จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product - Moment Correlation Coefficient) ระหว่างตัวแปรต้น เพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ว่าเป็นความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงหรือไม่ (Linear Relationship) ทิศทาง (Direction) ของความสัมพันธ์เป็นบวกหรือลบ ขนาด (Strength) ของความสัมพันธ์มีค่าอยู่ในระดับใด โดยเกณฑ์พิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ใช้เกณฑ์ของ Davis ดังนี้ (ผ่องพรรณ ตรียมงคลกุล และสุภาพ นัตรารักษ์, 2541)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทางความสัมพันธ์
$r > .70$	สูงมาก	บวก
$.50 < r < .69$	สูง	บวก
$.30 < r < .49$	ปานกลาง	บวก
$.10 < r < .29$	ต่ำ	บวก
$.01 < r < .09$	ไม่มีความสัมพันธ์	บวก
$r < -.70$	สูงมาก	ลบ
$-.50 < r < -.69$	สูง	ลบ
$-.30 < r < -.49$	ปานกลาง	ลบ
$-.10 < r < -.29$	ต่ำ	ลบ
$-.01 < r < -.09$	ไม่มีความสัมพันธ์	ลบ

3.5 การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือ มีกระบวนการและขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนแรก คือ ศึกษารวบรวมวรรณกรรม งานวิจัย และแบบประเมินผลการปฏิบัติงานของบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ จากนั้นนำมาสรุปที่มาและความสำคัญของปัญหาในการวิจัย และทำการกำหนดตัวแปรที่ต้องการศึกษา ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านการสอนงาน การรับรู้ความสามารถของตนเอง และผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

ขั้นตอนที่ 2 จัดทำแบบสอบถาม จากการปรับปรุงงานทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจสอบถึงความถูกต้องของคำถาม ทั้งด้านเนื้อหาและความเหมาะสมของการตั้งคำถาม ว่ามีความครอบคลุมในสิ่งที่ต้องการศึกษาหรือไม่

ขั้นตอนที่ 3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ โดยนำเสนอแบบสอบถามต่อผู้เชี่ยวชาญ คือ ผู้จัดการฝ่ายบุคคล ผู้จัดการฝ่ายขาย หัวหน้าทีมขาย ในบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อทำการพิจารณาตรวจสอบและแก้ไขข้อคำถามต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความถูกต้องเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 4 นำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และทำการปรับปรุงจนมีความเที่ยงตรงและนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับพนักงานขายรถยนต์ บริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ สาขาต่าง ๆ ในจังหวัดนครราชสีมาที่ไม่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาในงานวิจัย เพื่อดูว่าข้อคำถามมีความชัดเจนหรือไม่ และนำข้อมูลจากการทดลองใช้ไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 5 จากการทดสอบหาประสิทธิภาพของแบบสอบถาม หากแบบสอบถามยังไม่มีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจะทำการปรับปรุงแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณา ตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงแบบสอบถาม จากนั้นนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง

การหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ มีกระบวนการและขั้นตอน ดังนี้

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม และการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ไปหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา ความครอบคลุมของเนื้อหา และนำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงจากข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ แล้วจึงนำแบบสอบถามเสนอแก่ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของภาษาที่ใช้ ลักษณะของคำถาม เพื่อให้เกิดความถูกต้อง เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. รวบรวมข้อเสนอแนะที่ได้รับจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อทำการปรับปรุงแก้ไขบางส่วนก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับพนักงานขายรถยนต์ บริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์สาขาต่างๆ ในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งมีคุณสมบัติคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 30 คน

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

1. นำแบบแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับพนักงานขายรถยนต์ บริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ สาขาต่าง ๆ ในจังหวัดนครราชสีมาที่ไม่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาในงานวิจัย จำนวน 30 คน

2. นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เป็นสถิติวิเคราะห์ โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2548) คือ

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum Si^2}{Sx^2} \right)$$

เมื่อ α = ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

k = จำนวนข้อสอบ

Si = ความแปรปรวนของคะแนนข้อสอบแต่ละข้อ

Sx = ค่าแปรปรวนของคะแนนทั้งฉบับ

ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการสอนงาน มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.96 และเมื่อนำไปวิเคราะห์แยกแต่ละด้าน ได้ค่าความเชื่อมั่น ดังนี้

การกำหนดวัตถุประสงค์	เท่ากับ 0.63
การจูงใจหรือการให้รางวัล	เท่ากับ 0.71
การบอกเล่าและแสดงให้ดู	เท่ากับ 0.94
การทดสอบความรู้ความเข้าใจ	เท่ากับ 0.92
การปฏิบัติ	เท่ากับ 0.92

การตรวจสอบติดตาม	เท่ากับ 0.77
การป้อนข้อมูลย้อนกลับ	เท่ากับ 0.76

2. แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.94 และเมื่อนำไปวิเคราะห์แยกแต่ละด้าน ได้ค่าความเชื่อมั่น ดังนี้

1) ผลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่เกิดจากแหล่งที่มาของการรับรู้ความสามารถของตนเอง เท่ากับ 0.91

ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ	เท่ากับ 0.85
การได้เห็นตนแบบ	เท่ากับ 0.74
การใช้คำพูดชักจูงจากผู้อื่น	เท่ากับ 0.79
การกระตุ้นทางอารมณ์	เท่ากับ 0.78

2) การรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขาย เท่ากับ 0.93

การแสวงหาลูกค้า	เท่ากับ 0.72
การเตรียมข้อมูล	เท่ากับ 0.83
การเข้าพบลูกค้า	เท่ากับ 0.75
การนำเสนอสินค้า	เท่ากับ 0.75
การจัดซื้อได้แย่ง	เท่ากับ 0.87
การปิดการขาย	เท่ากับ 0.86
การบริการหลังการขาย	เท่ากับ 0.85

3. แบบสอบถามเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานขายของพนักงานขาย มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.87 และเมื่อนำไปวิเคราะห์แยกแต่ละด้าน ได้ค่าความเชื่อมั่น ดังนี้

ด้านคุณลักษณะส่วนตัว	เท่ากับ 0.78
ด้านความรู้เกี่ยวกับงานขาย	เท่ากับ 0.77
ด้านความสามารถในการวางแผนและ	
ดำเนินงานเกี่ยวกับการขาย	เท่ากับ 0.83

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นจากการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้เมื่อจำแนกตามตัวแปร พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นมีค่าอยู่ระหว่าง .71 ถึง .94 แสดงว่าแบบสอบถามมีคุณภาพในเรื่องความเชื่อมั่น เนื่องจากเกณฑ์การพิจารณาค่าเชื่อมั่นที่ใช้ได้ควรมีค่าไม่ต่ำกว่า .50 (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2544)

3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

3.6.1 ข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary Data Source) มีรายละเอียดดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากการทบทวนเอกสารงานวิจัยทั้งที่เป็นหนังสือ ตำราวิชาการ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ทั้งในและต่างประเทศ ที่เกี่ยวข้องกับการประเมินผลการปฏิบัติงาน การรับรู้ความสามารถของตนเอง ผลการปฏิบัติงาน และพนักงานขาย

2. ศึกษาหาข้อมูลจากเกณฑ์และมาตรฐานการปฏิบัติงาน และการประเมินผลการปฏิบัติงานของบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ที่เป็นเอกสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

3.6.3 ข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data Source) มีรายละเอียดดังนี้

เป็นการจัดเก็บข้อมูลโดยการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 ราย ในเรื่องการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเอง ส่วนแบบประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย เก็บรวบรวมข้อมูลจากหัวหน้าทีมขายที่เป็นผู้ประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงานขายในแต่ละราย โดยมีขั้นตอนการเก็บแบบสอบถามดังนี้

1. ผู้วิจัยจัดทำหนังสือเพื่อขอความอนุเคราะห์บริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ที่ถูกเลือกในการวิจัย และขออนุญาตเข้าไปทำการวิจัย จากสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม ถึงบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

2. ผู้วิจัยใช้วิธีการติดต่อทางโทรศัพท์ เพื่อทราบผลการพิจารณาของบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ ในการเข้าไปเก็บข้อมูลการวิจัย

3. เมื่อผู้บริหารบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ อนุญาตให้สามารถเข้าไปเก็บข้อมูลได้ ผู้วิจัยดำเนินการประสานงานผู้จัดการฝ่ายขายของบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ เพื่อจัดส่งแบบสอบถามตามที่กำหนดไว้ในแต่ละบริษัทฯ รวมทั้งหมด 400 ชุด คือ แบบสอบถามสำหรับพนักงานขายรถยนต์ จำนวน 200 ชุด และแบบประเมินผลการปฏิบัติงาน จำนวน 200 ชุด ให้กับกลุ่มตัวอย่าง

4. ผู้วิจัยจัดเตรียมแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบแล้ว โดยแบบสอบถามบรรจุอยู่ในซองเอกสารสีน้ำตาล และมีซองเปล่าที่จำหน่ายถึงผู้วิจัยแนบอยู่ในซองด้วย เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถปิดซองและจัดส่งแบบสอบถามได้สะดวก

5. การแจกแบบสอบถามผู้วิจัยจะประสานกับผู้จัดการฝ่ายขาย/ หัวหน้าทีมขายของบริษัทฯ ที่ผู้วิจัยติดต่อขอเก็บข้อมูลเป็นผู้ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับพนักงานขาย โดยใช้ระยะเวลาในการตอบแบบสอบถาม 3 สัปดาห์
6. การรับแบบสอบถามคืน ผู้วิจัยจะประสานกับผู้จัดการฝ่ายขาย/หัวหน้าทีมขายของบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ ในการกำหนดรับแบบสอบถามคืน
7. เมื่อได้รับแบบสอบถามคืนในจำนวนที่ครบถ้วนสำหรับการวิจัย ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามและจัดทำข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ผลทางสถิติ

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ตามลักษณะข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือ และสถิติที่ใช้ในการศึกษาเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย ได้แก่

1. การวิเคราะห์ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่จบการศึกษา ประสบการณ์ในงานขาย และระยะเวลาการปฏิบัติงาน สถิติที่ใช้คือ การหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. การวิเคราะห์เพื่ออธิบายระดับการได้รับการสอนงาน การรับรู้ความสามารถของตนเอง และผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลกับผลการปฏิบัติงาน สถิติที่ใช้คือ ค่า Z-test และ F-test (One-Way ANOVA)
4. ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ดังนี้
 - 4.1 ปัจจัยด้านการสอนงานมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์
 - 4.2 การรับรู้ความสามารถของตนเองมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์
5. การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ สถิติที่ใช้คือ การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)
6. การวิเคราะห์คำถามปลายเปิด (Open-Ended Questions) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และนำเสนอแบบบรรยายความ สถิติที่ใช้คือ การหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับการได้รับการสอนงาน การรับรู้ความสามารถของตนเอง และผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ (2) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ และ (4) ศึกษาปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

4.1 การรายผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลในบทนี้จะครอบคลุมถึงเรื่อง ปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 200 ชุด เป็นแหล่งข้อมูลในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยจึงเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังกล่าว โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์แบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 4.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายรถยนต์

ตอนที่ 4.1.2 ระดับการได้รับการสอนงาน การรับรู้ความสามารถของตนเอง และผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

ตอนที่ 4.1.3 ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายรถยนต์ ที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

ตอนที่ 4.1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

ตอนที่ 4.1.5 ปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

ตอนที่ 4.1.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด เกี่ยวกับการสอนงานของพนักงานขายรถยนต์

ตอนที่ 4.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายรถยนต์

การวิเคราะห์ข้อมูลในตอนนี้เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายรถยนต์ เกี่ยวกับเพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่จบการศึกษา ประสบการณ์ในงานขาย และระยะเวลาการปฏิบัติงาน รายละเอียดดังแสดงตามตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนพนักงานขายรถยนต์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n = 200)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	99	49.50
หญิง	101	50.50
อายุ (ปี)		
ต่ำกว่า 30	120	63.80
30 – 39	58	30.90
อายุมากกว่า 40	10	5.30
(Mean = 29.61 ปี S.D. 5.72 Min = 20.17 ปี Max = 55.33 ปี)		
สถานภาพสมรส		
โสด	131	65.50
สมรส	60	30.00
หม้าย/หย่า	9	4.50
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	63	31.65
ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	133	66.85
ระดับสูงกว่าปริญญาตรี	3	1.50
สาขาวิชา		
เกี่ยวข้องกับการตลาด	77	39.08
ไม่เกี่ยวข้องกับการตลาด	120	60.92
ประสบการณ์ด้านงานขาย		
มีประสบการณ์ด้านงานขาย	85	42.72
(Mean = 2.56 ปี S.D. 2.10 Min = 0.47 ปี Max = 10.00 ปี)		
ไม่มีประสบการณ์ด้านงานขาย	114	57.28

ตารางที่ 4.1 จำนวนพนักงานขายรถยนต์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n = 200)	ร้อยละ
ระยะเวลาการปฏิบัติงานในปัจจุบัน (ปี)		
ต่ำกว่า 1	39	22.40
1 – 5	118	67.80
6 - 10	8	4.60
มากกว่า 10	9	5.20
(Mean = 2.98 ปี S.D. 3.40 Min = 0.45 ปี Max = 30.42 ปี)		

จากตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานขายรถยนต์ที่ศึกษาเมื่อพิจารณาจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา สาขาวิชา ประสบการณ์ และระยะเวลาการปฏิบัติงาน สามารถอธิบายได้ ดังนี้

1. เพศ

พบว่า พนักงานขายรถยนต์ เป็นเพศหญิง จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 ที่เหลือเป็นเพศชาย จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50

2. อายุ

พบว่า พนักงานขายรถยนต์ มากกว่าครึ่งมีอายุระหว่าง ต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 63.80 รองลงมา อยู่ในช่วงอายุ 30 - 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.90 และอายุมากกว่า 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.30 ตามลำดับ โดยพนักงานขายรถยนต์ที่มีอายุน้อยเท่ากับ 29.61 ปี ซึ่งอายุน้อยที่สุดเท่ากับ 20.17 ปี และอายุมากที่สุด เท่ากับ 55.33 ปี

3. สถานภาพสมรส

พบว่า พนักงานขายรถยนต์มากกว่าครึ่งมีสภาพโสด จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 65.50 รองลงมามีสถานภาพสมรส จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และสถานภาพหม้าย/หย่า จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

4. ระดับการศึกษา

พบว่า พนักงานขายรถยนต์มากกว่าครึ่งสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 66.85 รองลงมาสำเร็จการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 31.65 และสำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

5. สาขาวิชาที่จบการศึกษา

พบว่า พนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่ไม่จบการศึกษาสาขาเกี่ยวกับการตลาด จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 60.91 และจบการศึกษาเกี่ยวกับพนักงานขายรถยนต์ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 39.08 ตามลำดับ

6. ประสบการณ์ด้านงานขาย

พบว่า พนักงานขายรถยนต์ไม่มีประสบการณ์ด้านการขาย จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 57.28 และผ่านประสบการณ์ด้านงานขาย จำนวน 85 คิดเป็นร้อยละ 42.72 ตามลำดับ โดยพนักงานขายรถยนต์มีประสบการณ์ด้านงานขายเฉลี่ยเท่ากับ 2.56 ปี ซึ่งผู้ที่มีประสบการณ์ด้านงานขายน้อยที่สุดเท่ากับ 0.47 ปี และมีประสบการณ์ด้านงานขายมากที่สุด เท่ากับ 10.00 ปี

7. ระยะเวลาการปฏิบัติงาน

พบว่า พนักงานขายรถยนต์มากกว่าครึ่งมีระยะเวลาการปฏิบัติงานอยู่ในช่วง 1 – 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 67.80 รองลงมาระยะเวลาการปฏิบัติงานต่ำกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.40 ระยะเวลาการปฏิบัติงานมากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.20 และระยะเวลาการปฏิบัติงานอยู่ในช่วง 6 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.60 ปี ตามลำดับ โดยพนักงานขายรถยนต์มีระยะเวลาการปฏิบัติงานเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 ปี ซึ่งมีระยะเวลาการปฏิบัติงานน้อยที่สุดเท่ากับ 0.45 ปี และมีระยะเวลาปฏิบัติงานมากที่สุด เท่ากับ 30.42 ปี

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่าง พนักงานขายรถยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง มีจำนวนเพศที่ใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 65.50 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 66.85 ซึ่งไม่ได้จบสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการตลาด ร้อยละ 60.91 ไม่มีประสบการณ์การด้านงานขาย ร้อยละ 57.28 และมีระยะเวลาการปฏิบัติงานอยู่ในช่วง 1 – 5 ปี ร้อยละ 67.80

ตอนที่ 4.1.2 ความคิดเห็นของพนักงานขายรถยนต์ต่อตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยด้านการสอนงาน การรับรู้ความสามารถของตนเอง และตัวแปรตาม คือ ผลการปฏิบัติงานของ พนักงานขายรถยนต์

การวิเคราะห์ข้อมูลในตอนนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกเป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระ เพื่อทราบถึงระดับความคิดเห็นของพนักงานขายรถยนต์ที่มีต่อปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเอง และส่วนที่สองเป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ตัวแปรตาม เพื่อทราบระดับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ โดยค่าสถิติที่น่าสนใจคือ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการแปลผล

ความคิดเห็นของพนักงานขายรถยนต์ต่อตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเอง ของพนักงานขายรถยนต์

1. ปัจจัยด้านการสอนงาน

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลเกี่ยวกับภาพรวมระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการสอนงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ตอนล่าง

ปัจจัยด้านการสอนงาน	ระดับความคิดเห็น (n = 200)		แปลผล
	Mean	S.D.	
การกำหนดวัตถุประสงค์	4.15	0.56	สูง
แรงจูงใจหรือการให้รางวัล	3.90	0.65	สูง
การบอกเล่าและแสดงให้ดู	3.95	0.67	สูง
การทดสอบความรู้ ความเข้าใจ	3.89	0.68	สูง
การนำความรู้ไปปฏิบัติ	4.04	0.70	สูง
การตรวจสอบติดตาม	4.11	0.71	สูง
การให้ข้อมูลย้อนกลับ	4.15	0.69	สูง
ภาพรวม	3.99	0.62	สูง

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่า พนักงานขายรถยนต์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการสอนงาน โดยรวม อยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.99$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับสูงทุกข้อ ด้านการทดสอบความรู้ความเข้าใจ มีความคิดเห็นน้อยที่สุด รองลงมา คือ ด้านแรงจูงใจหรือการให้รางวัล

2. ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง

2.1 ผลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่เกิดจากแหล่งที่มาของการรับรู้ความสามารถของตนเอง

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลเกี่ยวกับระดับ ความคิดเห็นของพนักงานขายรถยนต์ ต่อผลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่เกิดจากแหล่งที่มาของการรับรู้ความสามารถของตนเอง

ผลของการรับรู้ความสามารถของตนเอง ที่เกิดจากแหล่งที่มาของการรับรู้ ความสามารถของตนเอง	ระดับความคิดเห็น (N = 200)		แปลผล
	Mean	S.D.	
ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ	3.91	0.56	สูง
การได้เห็นต้นแบบ	3.98	0.60	สูง
การใช้คำพูดชักจูงจากผู้อื่น	3.90	0.63	สูง
การกระตุ้นทางอารมณ์	3.96	0.64	สูง
ภาพรวม	3.89	0.56	สูง

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่า พนักงานขายรถยนต์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่เกิดจากแหล่งที่มาของการรับรู้ความสามารถของตนเอง โดยรวม อยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.89$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับสูงทุกข้อ ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ มีความคิดเห็นน้อยที่สุด รองลงมา คือ การได้เห็นต้นแบบ

2.2 การรับรู้ความสามารถของตนเอง แบบเฉพาะเจาะจงในกระบวนการขาย
 ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของ
 พนักงานขายรถยนต์ต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขาย

การรับรู้ความสามารถของตนเองใน กระบวนการขาย	ระดับความคิดเห็น (N = 200)		แปลผล
	Mean	S.D.	
การแสวงหาลูกค้า	3.91	0.69	สูง
การเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า	3.94	0.73	สูง
การเข้าพบลูกค้า	4.08	0.58	สูง
การนำเสนอสินค้า	3.92	0.66	สูง
การจัดข้อโต้แย้ง	3.93	0.68	สูง
การปิดการขาย	3.92	0.64	สูง
การบริการหลังการขาย	4.02	0.61	สูง
ภาพรวม	3.97	0.61	สูง

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่า พนักงานขายรถยนต์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้
 ความสามารถของตนเอง แบบเฉพาะเจาะจงในกระบวนการขาย โดยรวมอยู่ในระดับสูง (\bar{X}
 = 3.97) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับสูงทุกข้อ การแสวงหาลูกค้า มีความ
 คิดเห็นน้อยที่สุด รองลงมา คือ การนำเสนอสินค้า และการปิดการขาย

ตารางที่ 4.5 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของพนักงานขายรถยนต์ต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง

การรับรู้ความสามารถ ของตนเอง	จำนวน/ร้อยละของระดับความคิดเห็น (n = 200)					Mean	S.D.	แปล ผล
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ผลการรับรู้ความสามารถ ของตนเองที่เกิดจาก แหล่งที่มาของการรับรู้ ความสามารถของตนเอง	22 (11.00)	133 (66.50)	45 (22.50)	-	-	3.89	0.56	สูง
การรับรู้ความสามารถ ของตนเองในกระบวนการ การขาย	33 (16.50)	128 (64.00)	38 (19.00)	1 (0.50)	-	3.97	0.61	สูง
ภาพรวม	19 3.50	144 72.00	37 18.50	- -	- -	3.91	0.52	สูง

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่า พนักงานขายรถยนต์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถของตนเอง โดยรวมอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.91$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับสูงทุกข้อ ผลการรับรู้ความสามารถของตนเองที่เกิดจากแหล่งที่มาของการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีความคิดเห็นน้อยที่สุด รองลงมา คือ การรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขาย

3. ผลการปฏิบัติงาน

3.1 ผลการปฏิบัติงานขาย

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของหัวหน้างานต่อผลการปฏิบัติงานขายของพนักงานขายรถยนต์

ผลการปฏิบัติงานขาย	ระดับความคิดเห็น (n = 200)		แปลผล
	Mean	S.D.	
คุณลักษณะส่วนตัว	4.47	0.59	สูง
ความรู้เกี่ยวกับงานขาย	4.31	0.67	สูง
ความสามารถในการวางแผนและ ดำเนินงานเกี่ยวกับการขาย	4.23	0.69	สูง
ภาพรวม	4.36	0.67	สูง

จากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่า พนักงานขายรถยนต์มีผลการปฏิบัติงาน โดยรวมอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 4.36$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับสูงทุกข้อ ความสามารถในการวางแผน และดำเนินงานเกี่ยวกับการขาย มีความคิดเห็นน้อยที่สุด รองลงมา คือ คุณลักษณะส่วนตัว

3.2 ความสามารถในการขาย

ตารางที่ 4.7 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของหัวหน้างานต่อความสามารถในการขายของพนักงานขายรถยนต์

ความสามารถในการขาย	จำนวน/ร้อยละของระดับความคิดเห็น (n = 200)					Mean	S.D.	แปลผล
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ภาพรวม	45 (22.50)	-	150 (75.00)	5 (2.50)	-	3.43	0.86	กลาง

จากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่า พนักงานขายรถยนต์มีความสามารถในการขาย โดยรวมอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.43$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.86 โดยจำแนกเป็นระดับความคิดเห็นมากที่สุด ร้อยละ 22.50 ระดับปานกลาง ร้อยละ 75.00 และระดับน้อย ร้อยละ 2.50

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของ
หัวหน้างานต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

ผลการปฏิบัติงานของ พนักงานขายรถยนต์	ระดับความคิดเห็น (n = 200)		แปลผล
	Mean	S.D.	
ผลการปฏิบัติงานขาย	4.35	0.67	สูง
ความสามารถในการขาย	3.45	3.43	ปานกลาง
ภาพรวม	4.08	0.59	สูง

จากตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นว่า พนักงานขายรถยนต์มีผลการปฏิบัติงาน โดยรวมอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 4.08$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับสูงและระดับปานกลาง ความสามารถในการขาย มีความคิดเห็นน้อยที่สุด รองลงมา คือ ผลการปฏิบัติงานขาย

ตอนที่ 4.1.2 ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายรถยนต์ ที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

4.1.2 การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายรถยนต์ในด้าน เพศ สาขาวิชา และประสบการณ์ ที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

ตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล ของพนักงานขายรถยนต์ในด้าน เพศ สาขาวิชา และประสบการณ์ ที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

ผลการปฏิบัติงาน	ชาย (n = 99)		หญิง (n = 101)		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ผลการปฏิบัติงานขาย	4.39	0.65	4.31	0.70	0.90	0.36
ความสามารถในการขาย	3.53	0.91	3.33	0.80	1.62	0.10
รวม	4.16	0.584	3.99	0.59	2.06	0.04

ผลการปฏิบัติงาน	เกี่ยวกับการตลาด		ไม่เกี่ยวกับการตลาด		t	p
	(n = 77)		(n = 120)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ผลการปฏิบัติงานขาย	4.47	0.66	4.28	0.67	1.88	0.06
ความสามารถในการขาย	3.38	0.81	3.47	0.90	-0.70	0.48
รวม	4.08	0.55	4.09	0.60	-0.16	0.87

ผลการปฏิบัติงาน	มีประสบการณ์		ไม่มีประสบการณ์		t	p
	ด้านการขาย (n = 85)		ด้านการขาย (n = 114)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ผลการปฏิบัติงานขาย	4.39	0.65	4.33	0.68	0.56	0.57
ความสามารถในการขาย	3.51	0.89	3.37	0.84	1.10	0.26
รวม	4.16	0.55	4.02	0.60	1.75	0.08

จากตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ระหว่างเพศ สาขาวิชา และประสบการณ์ พบว่า เพศ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าเฉลี่ยผลการปฏิบัติงานสูงกว่าเพศ หญิง (p-value = 0.04) ส่วนสาขาวิชา และประสบการณ์ พบว่าไม่มีความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

4.1.3 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายรถยนต์ในด้านสถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อายุ และระยะเวลาการปฏิบัติงานที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

ตารางที่ 4.10 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคล ของพนักงานขายรถยนต์ใน
ด้านสถานภาพสมรสที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

	SS	Df	MS	F	p-value
ผลการปฏิบัติงานขาย					
ระหว่างกลุ่ม	0.86	2	0.43	0.93	0.39
ภายในกลุ่ม	90.63	197	0.46		
รวม	91.50	199			
ความสามารถในการขาย					
ระหว่างกลุ่ม	1.914	2	0.95	1.28	0.27
ภายในกลุ่ม	146.96	197	0.74		
รวม	148.87	199			
ผลการปฏิบัติงาน					
ระหว่างกลุ่ม	0.52	2	0.26	0.74	0.47
ภายในกลุ่ม	69.34	197	0.35		
รวม	69.87	199			

จากตารางที่ 4.10 ผลการทดสอบความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายรถยนต์ในด้านสถานภาพสมรสที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ พบว่าพนักงานขายรถยนต์ที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีผลการปฏิบัติงานที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคล ของพนักงานขายรถยนต์ในด้านระดับการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

	SS	Df	MS	F	p-value
ผลการปฏิบัติงานขาย					
ระหว่างกลุ่ม	0.35	2	0.17	0.37	0.68
ภายในกลุ่ม	86.48	185	0.46		
รวม	86.83	187			
ความสามารถในการขาย					
ระหว่างกลุ่ม	0.35	2	0.17	0.23	0.79
ภายในกลุ่ม	143.99	185	0.77		
รวม	144.35	187			
ผลการปฏิบัติงาน					
ระหว่างกลุ่ม	0.34	2	0.17	0.47	0.62
ภายในกลุ่ม	67.45	185	0.36		
รวม	67.80	187			

จากตารางที่ 4.11 ผลการทดสอบความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายรถยนต์ในด้านระดับการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ พบว่าพนักงานขายรถยนต์ที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลการปฏิบัติงานที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคล ของพนักงานขายรถยนต์ในด้านอายุที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

	SS	Df	MS	F	p-value
ผลการปฏิบัติงานขาย					
ระหว่างกลุ่ม	1.44	2	0.72	1.58	0.20
ภายในกลุ่ม	89.63	196	0.45		
รวม	91.07	198			
ความสามารถในการขาย					
ระหว่างกลุ่ม	0.78	2	0.39	0.53	0.58
ภายในกลุ่ม	145.59	196	0.74		
รวม	146.38	198			
ผลการปฏิบัติงาน					
ระหว่างกลุ่ม	0.02	2	0.01	0.03	0.97
ภายในกลุ่ม	68.99	196	0.35		
รวม	69.01	198			

จากตารางที่ 4.12 ผลการทดสอบความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายรถยนต์ในด้านอายุที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ พบว่า พนักงานขายรถยนต์ที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีผลการปฏิบัติงานที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคล ของพนักงานขายรถยนต์ในด้านระยะเวลาการปฏิบัติที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

	SS	Df	MS	F	p-value
ผลการปฏิบัติงานขาย					
ระหว่างกลุ่ม	24.45	63	0.38	0.82	0.79
ภายในกลุ่ม	53.18	113	0.47		
รวม	77.63	176			
ความสามารถในการขาย					
ระหว่างกลุ่ม	40.29	63	0.64	0.75	0.88
ภายในกลุ่ม	95.55	113	0.84		
รวม	135.84	176			
ผลการปฏิบัติงาน					
ระหว่างกลุ่ม	19.19	63	0.30	0.84	0.77
ภายในกลุ่ม	40.97	113	0.36		
รวม	60.16	176			

จากตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายรถยนต์ในด้านระยะเวลาการปฏิบัติที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์พบว่า พนักงานขายรถยนต์ที่มีระยะเวลาการปฏิบัติที่แตกต่างกัน มีผลการปฏิบัติงานที่ไม่แตกต่างกัน

**ตอนที่ 4.1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเอง
กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์**

ตารางที่ 4.14 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ค่าระดับนัยสำคัญ ระหว่างปัจจัยด้านการสอนงานกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p - value)
การกำหนดวัตถุประสงค์	-0.15	0.03*
แรงจูงใจหรือการให้รางวัล	-0.08	0.23
การบอกเล่าและแสดงให้ดู	0.05	0.40
การทดสอบความรู้ ความเข้าใจ	0.04	0.51
การนำความรู้ไปปฏิบัติ	0.01	0.80
การตรวจสอบติดตาม	0.01	0.81
การให้ข้อมูลย้อนกลับ	0.01	0.88
ปัจจัยการสอนงาน	-0.02	0.73

* ระดับนัยสำคัญ ที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ปัจจัยด้านการสอนงานที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ การกำหนดวัตถุประสงค์ ($r = -0.15$, $p\text{-value} < 0.03$) มีความสัมพันธ์ทางลบระดับต่ำกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ส่วนด้านแรงจูงใจหรือการให้รางวัล การบอกเล่าและแสดงให้ดู การทดสอบความรู้ ความเข้าใจ การนำความรู้ไปปฏิบัติ การตรวจสอบติดตาม และการให้ข้อมูลย้อนกลับ ไม่มีความสัมพันธ์กับ ผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

ตารางที่ 3.15 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ค่าระดับนัยสำคัญ ระหว่างปัจจัยด้านการสอน
งานกับผลการปฏิบัติงานขาย

ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ (r)	ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p - value)
การกำหนดวัตถุประสงค์	-0.09	0.18
แรงจูงใจหรือการให้รางวัล	0.04	0.52
การบอกเล่าและแสดงให้ดู	0.07	0.31
การทดสอบความรู้ ความเข้าใจ	-0.21	0.76
การนำความรู้ไปปฏิบัติ	-0.00	0.94
การตรวจสอบติดตาม	0.03	0.59
การให้ข้อมูลย้อนกลับ	-0.00	0.98
ปัจจัยการสอนงาน	0.04	0.49

* ระดับนัยสำคัญ ที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ปัจจัยด้านการสอนงาน คือ การกำหนดวัตถุประสงค์ แรงจูงใจหรือการให้รางวัล การบอกเล่าและแสดงให้ดู การทดสอบความรู้ ความเข้าใจ การนำความรู้ไปปฏิบัติ การตรวจสอบติดตาม และการให้ข้อมูลย้อนกลับ ไม่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานขายของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

ตารางที่ 4.16 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ค่าระดับนัยสำคัญ ระหว่างปัจจัยด้านการสอน
งานกับความสามารถในการขาย

ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ (r)	ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p - value)
การกำหนดวัตถุประสงค์	-0.14	0.03*
แรงจูงใจหรือการให้รางวัล	-0.14	0.01*
การบอกเล่าและแสดงให้ดู	-0.01	0.83
การทดสอบความรู้ ความเข้าใจ	0.05	0.41
การนำความรู้ไปปฏิบัติ	0.00	0.90
การตรวจสอบติดตาม	0.01	0.81
การให้ข้อมูลย้อนกลับ	0.01	0.66
ปัจจัยการสอนงาน	-0.07	0.31

* ระดับนัยสำคัญ ที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ปัจจัยด้านการสอนงานที่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ การกำหนดวัตถุประสงค์ ($r = -0.15$, $p\text{-value} < 0.03$) และด้านแรงจูงใจหรือการให้รางวัล ($r = -0.14$, $p\text{-value} < 0.01$) มีความสัมพันธ์ทางลบระดับต่ำกับความสามารถในการขาย

ส่วนด้านการบอกเล่าและแสดงให้ดู การทดสอบความรู้ ความเข้าใจ การนำความรู้ไปปฏิบัติ การตรวจสอบติดตาม และการให้ข้อมูลย้อนกลับ ไม่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการขายของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

4.1.3.4 การรับรู้ความสามารถของตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน
ของพนักงานขายรถยนต์

ตารางที่ 4.17 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ค่าระดับนัยสำคัญ ระหว่างการรับรู้ความ
สามารถของตนเองกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ (r)	ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p - value)
<u>ผลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่เกิด</u>		
<u>จากแหล่งที่มาของการรับรู้ความสามารถของ</u> <u>ตนเอง</u>	0.05	0.43
ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ	0.08	0.26
การได้เห็นต้นแบบ	0.01	0.78
การใช้คำพูดชักจูงจากผู้อื่น	0.08	0.22
การกระตุ้นทางอารมณ์	0.11	0.10
<u>การรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการ</u> <u>การขาย</u>	0.09	0.20
การแสวงหาลูกค้า	0.14	0.04*
การเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า	0.12	0.07
การเข้าพบลูกค้า	0.04	0.57
การนำเสนอสินค้า	0.06	0.34
การจัดซื้อได้แย่ง	0.14	0.03*
การปิดการขาย	0.18	0.00*
การบริการหลังการขาย	0.05	0.46
การรับรู้ความสามารถของตนเอง	0.05	0.44

* ระดับนัยสำคัญ ที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขาย คือ การแสวงหาลูกค้า ($r = 0.14$, $p\text{-value} < 0.04$) การจัดซื้อได้แข็ง ($r = 0.14$, $p\text{-value} < 0.03$) และการปิดการขาย ($r = 0.18$, $p\text{-value} < 0.08$) มีความสัมพันธ์ทางบวกระดับต่ำกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

ส่วนการรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขาย คือ ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ การได้เห็นต้นแบบ การใช้คำพูดชักจูงจากผู้อื่น และการกระตุ้นทางอารมณ์ ส่วนการรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขาย คือ การเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า การเข้าพบลูกค้า การนำเสนอสินค้า และการบริการหลังการขาย ไม่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

4.1.3.5 การรับรู้ความสามารถของตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานขายของพนักงานขายรถยนต์

ตารางที่ 4.18 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ค่าระดับนัยสำคัญ ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองกับผลการปฏิบัติงานขาย

ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p – value)
<u>ผลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่เกิด</u>		
<u>จากแหล่งที่มาของการรับรู้ความสามารถของตนเอง</u>	0.06	0.35
ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ	0.09	0.18
การได้เห็นต้นแบบ	0.04	0.51
การใช้คำพูดชักจูงจากผู้อื่น	0.05	0.41
การกระตุ้นทางอารมณ์	0.02	0.77

ตารางที่ 4.18 (ต่อ) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ค่าระดับนัยสำคัญ ระหว่างการรับรู้
ความสามารถของตนเองกับผลการปฏิบัติงานขาย

ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ (r)	ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p – value)
<u>การรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขาย</u>	-0.03	0.66
การแสวงหาลูกค้า	0.03	0.58
การเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า	0.01	0.82
การเข้าพบลูกค้า	0.06	0.33
การนำเสนอสินค้า	-0.04	0.52
การจัดข้อโต้แย้ง	0.05	0.45
การปิดการขาย	0.03	0.63
การบริการหลังการขาย	-0.08	0.23
การรับรู้ความสามารถของตนเอง	0.00	0.95

* ระดับนัยสำคัญ

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ด้านการรับรู้
ความสามารถของตนเองในกระบวนการขาย คือ ประสิทธิภาพที่ประสบความสำเร็จ การได้เห็น
ต้นแบบ การใช้คำพูดชักจูงจากผู้อื่น และการกระตุ้นทางอารมณ์ และด้านการรับรู้ความสามารถ
ของตนเองในกระบวนการขาย คือ การแสวงหาลูกค้า การเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า การเข้าพบ
ลูกค้า การนำเสนอสินค้า การจัดข้อโต้แย้ง การปิดการขาย และการบริการหลังการขาย ไม่มี
ความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานขาย

4.1.3.6 การรับรู้ความสามารถของตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสามารถในการปฏิบัติงานขายของพนักงานขายรถยนต์

ตารางที่ 4.19 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ค่าระดับนัยสำคัญ ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองกับความสามารถในการขาย

ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p – value)
<u>ผลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่เกิด</u>		
<u>จากแหล่งที่มาของการรับรู้ความสามารถของตนเอง</u>	0.02	0.69
ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ	0.06	0.33
การได้เห็นต้นแบบ	0.01	0.87
การใช้คำพูดชักจูงจากผู้อื่น	0.03	0.65
การกระตุ้นทางอารมณ์	0.10	0.14
<u>การรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขาย</u>	0.09	0.18
การแสวงหาลูกค้า	0.10	0.15
การเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า	0.10	0.12
การเข้าพบลูกค้า	-0.00	0.91
การนำเสนอสินค้า	0.09	0.20
การจัดข้อโต้แย้ง	0.093	0.19
การปิดการขาย	0.13	0.05
การบริการหลังการขาย	0.05	0.44
การรับรู้ความสามารถของตนเอง	0.05	0.46

* ระดับนัยสำคัญ ที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขาย คือ ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ การได้เห็นต้นแบบ การใช้คำพูดชักจูงจากผู้อื่น และการกระตุ้นทางอารมณ์ และด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขาย คือ การแสวงหาลูกค้า การเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า การเข้าพบลูกค้า การนำเสนอสินค้า การขจัดข้อโต้แย้ง การปิดการขาย และการบริการหลังการขาย ไม่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการขาย

ตอนที่ 4.1.4 ปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

การวิเคราะห์ในตอนนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาตัวแปรอิสระที่นำมาศึกษามีความสามารถในการทำนายตัวแปรตามอย่างไร โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ซึ่งการวิเคราะห์เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระคือปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

ก่อนการวิเคราะห์การถดถอยพหุ ได้ตรวจสอบตามข้อกำหนด (Assumption) ของการวิเคราะห์การถดถอยที่ว่าตัวแปรอิสระทุกตัวจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันสูงเกิน .80 โดยทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านการสอน และการรับรู้ความสามารถของตนเอง เพื่อดูว่าตัวแปรอิสระเหล่านั้นมีความสัมพันธ์สูงเกิน .80 หรือไม่ เพราะถ้าตัวแปรอิสระต่าง ๆ ไม่เป็นอิสระต่อกันแล้วจะทำให้แยกอิทธิพลของตัวแปรหนึ่งออกจากอีกตัวแปรหนึ่งไม่ได้เกิดปัญหาที่เรียกว่า “Multicollinearity Problem” ขึ้นได้ และถ้าเกิดปัญหานี้ขึ้น เราจะต้องแก้ไขด้วยการตัดตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กันสูงออกไป (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2540)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation) ของตัวแปรอิสระที่จะนำเข้าวิเคราะห์การถดถอยพหุ จำนวน 18 ตัวแปร พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมด 153 คู่ มีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกคู่ ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้ตัวแปรอิสระต้องไม่มีค่าสัมพันธ์กันเกิน .80 ดังนั้น ผู้วิจัยสามารถนำตัวแปรอิสระเหล่านี้เข้าสู่การวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุแบบขั้นตอนต่อไปนี้ รายละเอียดตามตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสอนงาน การรับรู้ความสามารถของตนเอง และผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

	CH object	CH moti	CH tall	CH test	CH act	CH check	SE acc	SE vic	SE ver	SE emo	CH feed	SE pro	SE pre	SE app	SE pres	SE over	SE close	SE foll	Job_res	Job_com	Job_prom
CH object	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CH moti	.522**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CH tall	.547**	.616**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CH test	.464**	.519**	.673**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CH act	.508**	.557**	.603**	.595**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CH check	.527**	.544**	.337**	.554**	.634**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CH feed	.464**	.425**	.606**	.538**	.641**	.644**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SE acc	.277**	.275**	.223**	.220**	.196**	.185**	.174**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SE vic	.360**	.275**	.230**	.237**	.191**	.251**	.237**	.607**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SE ver	.365**	.342**	.374**	.334**	.379**	.369**	.412**	.490**	.439**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SE emo	.337**	.280**	.342**	.289**	.248**	.263**	.297**	.638**	.568**	.485**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SE pro	.271**	.236**	.204**	.201**	.296**	.255**	.282**	.476**	.390**	.368**	.490**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SE pre	.317**	.262**	.267**	.268**	.317**	.323**	.328**	.518**	.519**	.442**	.617**	.555**	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SE app	.223**	.271**	.300**	.236**	.272**	.220**	.306**	.503**	.444**	.278**	.462**	.377**	.492**	-	-	-	-	-	-	-	-
SE pres	.370**	.202**	.225**	.290**	.361**	.264**	.269**	.526**	.420**	.422**	.500**	.486**	.590**	.482**	-	-	-	-	-	-	-
SE over	.327**	.278**	.263**	.285**	.329**	.273**	.213**	.565**	.542**	.413**	.590**	.528**	.635**	.502**	-	-	-	-	-	-	-
SE close	.296**	.242**	.219**	.228**	.359**	.281**	.264**	.497**	.469**	.444**	.476**	.565**	.636**	.493**	.626**	.678**	-	-	-	-	-
SE foll	.343**	.281**	.340**	.329**	.382**	.293**	.339**	.479**	.475**	.456**	.564**	.489**	.552**	.470**	.633**	.661**	.648**	-	-	-	-
Job_res	-.094	.046	.071	-.021	-.005	.038	-.002	.095	.046	.058	.021	.039	.016	.068	-.045	.053	.034	-.085	-	-	-
Job_com	-.148*	-.174*	-.015	.058	.008	.017	.031	.068	.011	.032	.103	.101	.108	-.008	.090	.093	.137	.054	.216**	-	-
Job_prom	-.154*	-.085	.059	.046	.018	.017	.010	.080	.019	.087	.114	.104*	.127	.040	.067	.149*	.187**	.052	.547**	.830**	-

** Correlation is significant at the 0.01 level

* Correlation is significant at the 0.05 level

การวิเคราะห์ตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

ตารางที่ 4.21 ตัวแปรพยากรณ์ที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

ตัวแปรพยากรณ์	b	SE b	Beta	t	Sig.
การรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขาย (SE close)	.222	.065	.243	3.431	.001
ปัจจัยด้านการสอนงานด้านการกำหนดวัตถุประสงค์ (CH object)	-.345	.087	-.327	-3.956	.000
ปัจจัยด้านการสอนงานด้านการบอกเล่าและแสดงให้ดู (CH tall)	.162	.071	.185	2.286	.023
ค่าคงที่	3.995	.347			
R = .326 R ² = .107 R ² adj = .093 F Overall = 7.795 Sig. = .000					

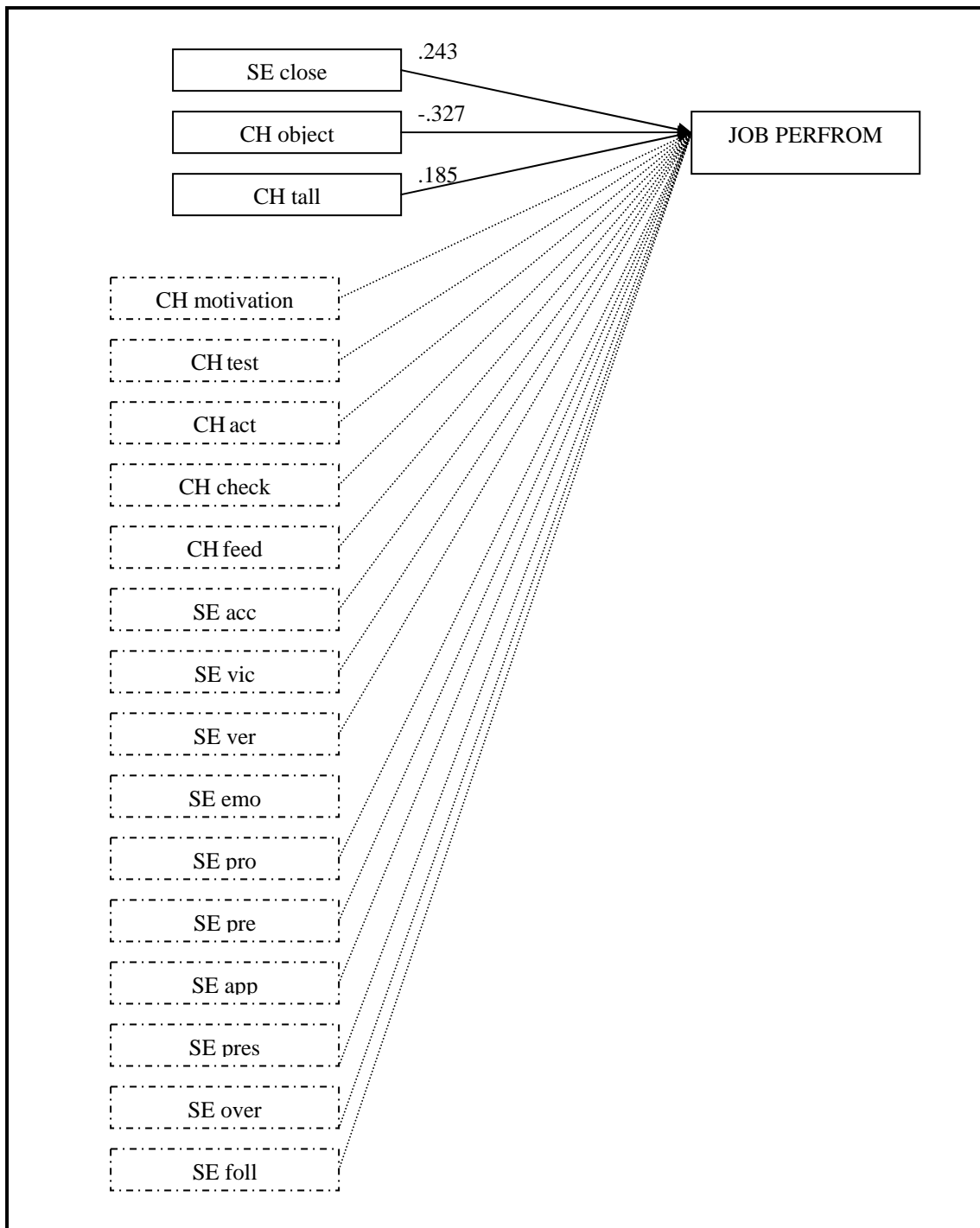
จากตารางที่ 4.21 การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ด้วยตัวแปรปัจจัยด้านการสอนงาน และตัวแปรด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง พบว่า การปิดการขาย(SE close) การกำหนดวัตถุประสงค์ (CH object) และการบอกเล่าและแสดงให้ดู (CH tall) สามารถร่วมกันพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ได้ร้อยละ 9.30 (R²adj = .093) และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุเท่ากับ .326 เมื่อนำตัวแปรทั้ง 3 ตัวที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง มาเขียนสมการจะได้สมการถดถอยพหุในรูปของคะแนนดิบดังนี้

$$\text{JOB PERFROM} = 3.995 + .222(\text{SE close}) - .345(\text{CH object}) + .162(\text{CH tall})$$

และสมการถดถอยพหุในรูปคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$Z_{\text{JOB PERFROM}} = .243(\text{SE close}) - .327(\text{CH object}) + .185(\text{CH tall})$$

จากสมการเขียนโมเดล ดังแสดงตามภาพที่ 4.1 ได้ดังนี้



————— ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานได้

..... ตัวแปรที่ไม่สามารถพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานได้

ภาพที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

จากภาพที่ 4.1 กล่าวโดยสรุปได้ว่า ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (JOB PERFORM) พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ มีจำนวน 3 ตัวแปร โดยตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุที่สามารถพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ได้ดีที่สุด คือ การปิดการขาย (SE close) รองลงมาได้แก่ การกำหนดวัตถุประสงค์ (CH object) และการบอกเล่าและแสดงให้ดู (CH tall) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 ตัวแปรพยากรณ์ที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการขาย

ตัวแปรพยากรณ์	b	SE b	Beta	t	Sig.
ปัจจัยด้านการสอนงานด้านแรงจูงใจหรือการรางวัล (CH motivation)	-.323	.114	-.242	-.2840	.005
การรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขายด้านการปิดการขาย (SE close)	.265	.095	.199	2.787	.006
ปัจจัยด้านการสอนงานด้านทดสอบ (CH test)	.284	.104	.224	2.722	.007
ปัจจัยด้านการสอนงานในการกำหนดวัตถุประสงค์ (CH object)	-.284	.129	-.184	-2.208	.028
ค่าคงที่	3.718	.517			
R = .331 R ² = .110 R ² adj = .091 F Overall = 6.004 Sig. = .000					

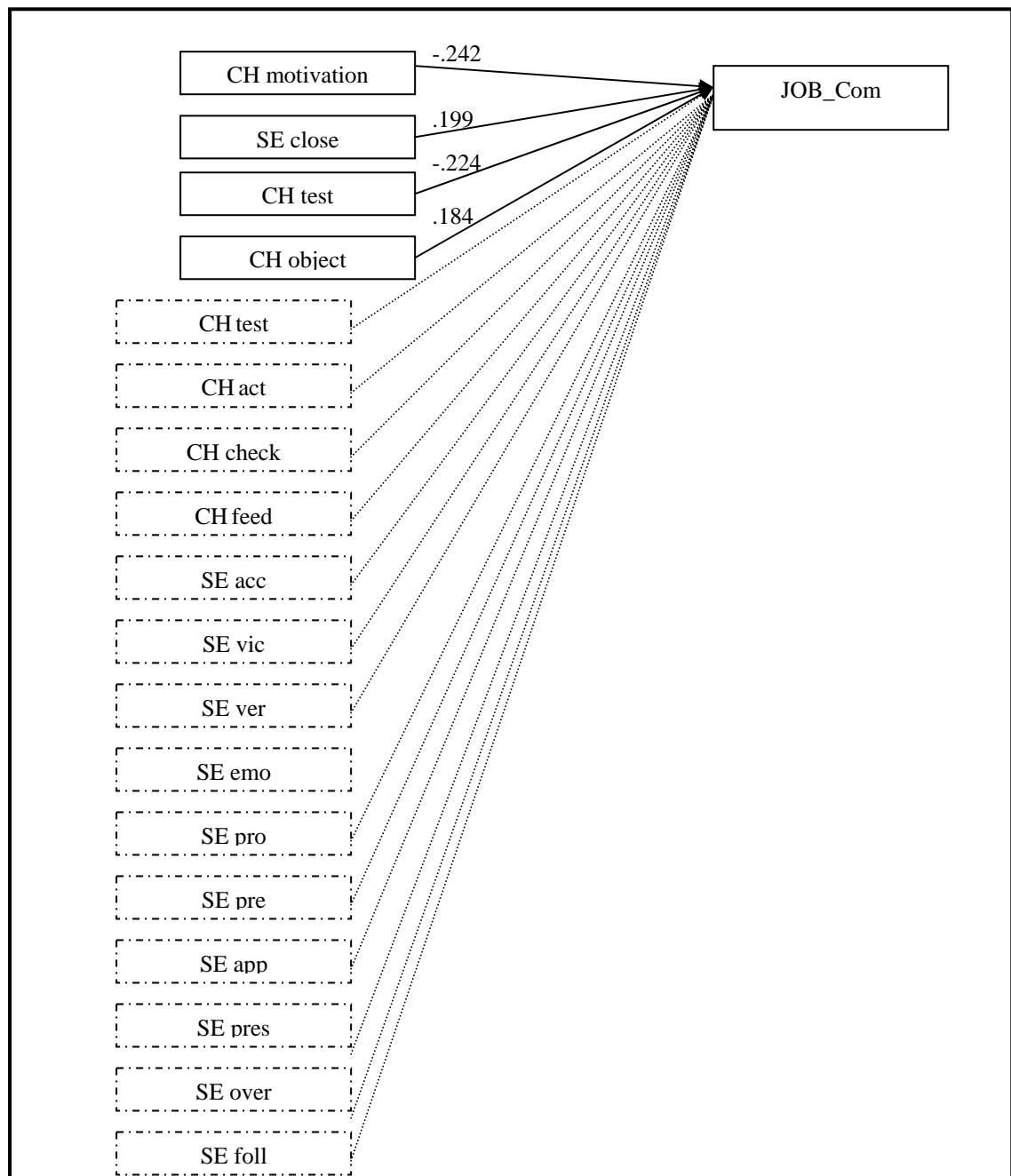
จากตารางที่ 4.22 การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการขาย ด้วยตัวแปรปัจจัยด้านการสอนงาน และตัวแปรด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง พบว่า แรงจูงใจหรือการรางวัล (CH motivation) การปิดการขาย (SE close) การทดสอบ (CH test) และการกำหนดวัตถุประสงค์ (CH object) สามารถร่วมกันพยากรณ์ความสามารถในการขาย ได้ร้อยละ 9.10 (R²adj = .091) และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุเท่ากับ .331 เมื่อนำตัวแปรทั้ง 4 ตัวที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ความสามารถในการขาย มาเขียนสมการจะได้สมการถดถอยพหุในรูปของคะแนนดิบดังนี้

$$\text{JOB_Com} = 3.718 - 0.323(\text{CH motivation}) + 0.265(\text{SE close}) + 0.284(\text{CH test}) - 0.284(\text{CH object})$$

และสมการถดถอยพหุในรูปคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$Z_{\text{JOB_Com}} = -0.242(\text{CH motivation}) + 0.199(\text{SE close}) + 0.224(\text{CH test}) - 0.184(\text{CH object})$$

จากสมการเขียนโมเดล ดังแสดงตามภาพที่ 4.2 ได้ดังนี้



- ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานได้
- ตัวแปรที่ไม่สามารถพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานได้

ภาพที่ 4.2 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ความสามารถในการขาย

จากภาพที่ 4.2 กล่าวโดยสรุปได้ว่า ผลการวิเคราะห์หัตถด้อยพหุ ความสามารถในการขาย (JOB_Com) พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความสามารถในการขาย มีจำนวน 4 ตัวแปร โดยตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์หัตถด้อยพหุที่สามารถพยากรณ์ความสามารถในการขายได้ดีที่สุด คือ แรงจูงใจหรือการรางวัล (CH motivation) รองลงมาได้แก่ การปิดการขาย (SE close) การทดสอบ (CH test) และการกำหนดวัตถุประสงค์ (CH object) ตามลำดับ

ตอนที่ 4.1.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด เกี่ยวกับการสอนงานของ พนักงานขายรถยนต์

การสำรวจความคิดเห็นกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้ข้อมูลจากความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด จำนวน 200 คน โดยกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามไม่ครบตามจำนวน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.23 ความคิดเห็นของพนักงานขายรถยนต์เกี่ยวกับขั้นตอนการสอนงานของ หัวหน้าทีมขาย

ขั้นตอนการสอนงาน	จำนวน (n = 150)	ร้อยละ
1. สอนงานเกี่ยวกับข้อมูลสินค้า	57	38.00
2. สอนการแสวงหาลูกค้า	1	0.67
2. สอนการเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า	5	3.33
3. สอนงานเกี่ยวกับการเข้าพบลูกค้า	15	10.00
4. สอนงานเกี่ยวกับการต้อนรับลูกค้า	11	7.33
5. สอนงานเกี่ยวกับการนำเสนอสินค้า	6	4.00
6. การทดสอบความรู้ ความเข้าใจ	11	7.33
7. สอนการโต้ตอบข้อซักถามของลูกค้า	4	2.68
8. สอนการปฏิบัติงานในหน้างานจริงหรือการสาธิต	8	5.34
9. การบอกเล่าประสบการณ์ และมีการให้คำปรึกษา	2	1.33
10. สอนการปิดการขาย	20	13.33
11. สอนการบริการหลังการขาย	8	5.33
12. ขั้นตอนการสอนที่ไม่สม่ำเสมอ หรือไม่เคยมี	2	1.33
ขั้นตอนในการสอน		
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 4.23 แสดงให้เห็นว่า หัวหน้าทีมขายมีขั้นตอนการสอนงานเกี่ยวกับข้อมูลสินค้า มากที่สุด ร้อยละ 38 รองลงมาเป็นขั้นตอนการสอนการปิดการขาย ร้อยละ 13.33 และขั้นตอนการสอนงานเกี่ยวกับการเข้าพบลูกค้า ร้อยละ 10.00 ส่วนขั้นตอนการสอนเกี่ยวกับการแสวงหาลูกค้า มีน้อยที่สุด ร้อยละ 0.67

ตารางที่ 4.24 ความคิดเห็นของพนักงานขายรถยนต์ต่อหัวหน้าทีมขายเกี่ยวกับขั้นตอนการสอนงาน

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับขั้นตอนการสอนงาน	จำนวน (n = 106)	ร้อยละ
1. การแนะนำวิธีการปฏิบัติงานขายในสถานการณ์จริง	20	18.87
2. การแนะนำในการเข้าพบลูกค้า	1	0.95
3. การติดตามผลการปฏิบัติงานขาย	2	1.89
4. การรับฟังปัญหา และการให้คำปรึกษาแก่พนักงาน	35	33.01
5. การสร้างความสามัคคีในหมู่คณะ	5	4.71
6. การสอนเทคนิคการขายและการสรุปเนื้อหาการสอน	8	7.55
7. การศึกษาข้อมูลคู่แข่งขั้นให้มากขึ้น	10	9.44
8. การประชุม และการกำหนดเป้าหมาย	20	18.87
9. การให้ความสำคัญกับลูกน้องที่เท่าเทียมกัน	5	4.71
รวม	106	100.00

จากตารางที่ 4.24 แสดงให้เห็นว่า พนักงานขายรถยนต์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในขั้นตอนการสอนงานของหัวหน้าทีมขาย เรื่องการรับฟังปัญหา และการให้คำปรึกษาแก่พนักงานขายรถยนต์ มากที่สุด ร้อยละ 33.01 รองลงมาเป็นเรื่องการแนะนำวิธีการปฏิบัติงานขายในสถานการณ์จริง การประชุม และการกำหนดเป้าหมาย ร้อยละ 18.87 ส่วนการให้คำแนะนำในการเข้าพบลูกค้า น้อยที่สุด ร้อยละ 0.95

ตารางที่ 4.25 ความคิดเห็นของพนักงานขายรถยนต์ต่อความสำคัญในการสอนงาน

ความสำคัญของการสอนงาน	จำนวน (n = 106)	ร้อยละ
1. การสอนงานมีความสำคัญ	85	94.44
2. การสอนงานไม่มีความสำคัญ	5	5.56
รวม	90	100.00

จากตารางที่ 4.25 แสดงให้เห็นว่า พนักงานขายรถยนต์มีความคิดเห็นว่าการสอนงานมีความสำคัญ ร้อยละ 94.44 และการสอนงานไม่สำคัญ ร้อยละ 5.56

ตารางที่ 4.26 ความคิดเห็นของพนักงานขายรถยนต์เกี่ยวกับความมั่นใจในงานขาย

ความสำคัญของการสอนงาน	จำนวน (n = 106)	ร้อยละ
1. มีผลต่อการปฏิบัติงาน	75	100.00
2. ไม่มีผลต่อการปฏิบัติงาน	-	-
รวม	75	100.00

จากตารางที่ 4.26 แสดงให้เห็นว่า พนักงานขายรถยนต์มีความคิดเห็นว่าความมั่นใจในงานขายมีผลต่อการปฏิบัติงาน ร้อยละ 100.00

4.2 การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องปัจจัยด้านการสอนงานและการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง สามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า ส่วนใหญ่เพศหญิงร้อยละ 50.50 มีอายุอยู่ต่ำกว่า 30 ปี ร้อยละ 63.80 อายุต่ำสุด 20 ปี อายุสูงสุด 55 ปี มีอายุเฉลี่ย 29.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5.72 ปี สถานภาพโสดร้อยละ 65.50 การศึกษา ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 66.85 สาขาวิชาที่ไม่เกี่ยวข้องกับการตลาดร้อยละ 60.91 ไม่มีประสบการณ์ด้านงานขาย ร้อยละ 57.28 ระยะเวลาการปฏิบัติงานอยู่ระหว่าง 1 – 5 ปี ร้อยละ 67.80 ระยะเวลาการปฏิบัติงานต่ำสุด 8 เดือน ระยะเวลาการปฏิบัติงานสูงสุด 30 ปี ระยะเวลาการปฏิบัติงานเฉลี่ย 2.98 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3.40 ปี อธิบายได้ว่า พนักงานขายรถยนต์ที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.50 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 49.50 ซึ่งมีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน เนื่องจากลักษณะงานขายไม่ได้จำกัดเรื่องเพศของผู้ปฏิบัติงานเพศหญิงหรือเพศชายก็สามารถปฏิบัติงานขายได้เช่นเดียวกัน โดยความสามารถของพนักงานขายรถยนต์เพศหญิงและเพศชายจะมีความสามารถปฏิบัติงานแตกต่างกัน เช่น พนักงานขายรถยนต์เพศหญิง สามารถทำงานได้หลากหลายงาน เช่น โฆษณาประชาสัมพันธ์ งานธุรการ และสร้างความสนใจให้แก่ลูกค้ามากกว่าพนักงานขายรถยนต์ชาย ส่วนพนักงานเพศชาย มีความรู้ ความสามารถเกี่ยวกับรถยนต์มากกว่า

พนักงานขายรถยนต์พิเศษ จากเหตุผลในช่วงต้นจึงทำให้พนักงานขายรถยนต์มีจำนวนเพศที่ใกล้เคียงกัน

ส่วนพนักงานขายรถยนต์มีอายุส่วนใหญ่ต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 68.80 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 65.50 และมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.85 เนื่องจากบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ มีการกำหนดเกณฑ์หรือคุณสมบัติ (Job Specification) ในการคัดเลือกพนักงานขายรถยนต์ รุ่นใหม่ ในเรื่องการศึกษาในระดับปริญญาตรี เพื่อต้องการคัดสรรบุคลากรที่มีคุณภาพ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ Brand และบริษัท

สำหรับพนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่ จบการศึกษาโดยมีสาขาที่ไม่เกี่ยวข้องกับการตลาด และงานขาย คิดเป็นร้อยละ 60.92 และไม่มีประสบการณ์ด้านการขาย คิดเป็นร้อยละ 57.28 เนื่องจากในการรับสมัครงานพนักงานขายรถยนต์ของบริษัทผู้แทนจำหน่ายมีการกำหนดคุณสมบัติ (Job Specification) ในการคัดเลือกพนักงานขายรถยนต์ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการตลาด และประสบการณ์ด้านการขาย หากผู้สมัครมีคุณสมบัติดังกล่าวจะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ แต่ก็มีผู้สมัครที่มีคุณสมบัติไม่ตรงตามที่กำหนด แต่มีความสามารถ และมีความเหมาะสมในการเป็นพนักงานขายรถยนต์ บริษัทผู้แทนจำหน่ายจะมีการสัมภาษณ์สอบถามประวัติ มีการทดสอบโดยการให้ปฏิบัติขั้นตอนการขายและมีการ ตรวจสอบข้อเท็จจริงจากคนที่มาสมัครเป็นพนักงานขายรถยนต์ และพิจารณาถึงความสามารถพิเศษเช่น การเป็นพิธีกร การนำเสนอสินค้า ประชาสัมพันธ์ หรือมีความรู้เกี่ยวกับรถยนต์ จากนั้นหากผ่านตามเกณฑ์มาตรฐานที่บริษัทกำหนดขึ้นก็จะได้รับการพิจารณาให้เข้าทำงาน และจะมีการฝึกอบรมตามมาตรฐานของแต่ละบริษัท เพื่อให้พนักงานขายรถยนต์สามารถปฏิบัติงานได้ตามมาตรฐาน

สำหรับพนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่ มีระยะเวลาการปฏิบัติงานอยู่ที่ 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 67.80 เนื่องจากธุรกิจจำหน่ายรถยนต์มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นใน ปี 2548 -2550 ทำให้แต่ละตัวแทนจำหน่ายได้รับเป้าหมายการขายที่เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายการขายที่เพิ่มมากขึ้น ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์จึงรับพนักงานขายรถยนต์เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้รองรับกับจำนวนลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นการสร้างความพึงพอใจกับลูกค้าและดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึง และเมื่อพนักงานขายรถยนต์มีประสบการณ์มากขึ้นจะทราบถึงวิธีแสวงหาผลประโยชน์ให้แก่ตนเอง จึงทำให้ผู้แทนจำหน่ายรถยนต์บางแห่งมีการโยกย้ายพนักงานขายรถยนต์ไปสาขาต่าง ๆ หรือให้ออกจากงาน เพื่อลดช่องทางการแสวงหาผลประโยชน์ และพนักงานขายรถยนต์ที่มีอายุงานสูงจะมีการเปลี่ยนที่ทำงาน เพื่อความก้าวหน้าในงาน จึงทำให้ระยะเวลาการปฏิบัติงานอยู่ระหว่าง 1 – 5 ปี

2. ปัจจัยด้านการสอนงาน

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านการสอนงานโดยรวม พบว่า พนักงานขายรถยนต์มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการสอนงานโดยรวม อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.99$) และเมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการสอนงานแต่ละด้านพบว่า พนักงานขายรถยนต์มีความเห็นต่อปัจจัยด้านการสอนงานทั้ง 7 ด้าน คือ การกำหนดวัตถุประสงค์ แรงจูงใจหรือการให้รางวัล การบอกเล่าและแสดงให้ดู การทดสอบความรู้ความเข้าใจ การนำความรู้ไปปฏิบัติ การตรวจสอบติดตาม และการให้ข้อมูลป้อนกลับ อยู่ในระดับดีมาก เนื่องจากผู้ผลิตรถยนต์แต่ละแห่งจะมีการกำหนดให้พนักงานขายรถยนต์จะต้องได้รับการฝึกอบรม และสอนงานตั้งแต่ก่อนการเป็นพนักงานขายรถยนต์และมีการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องตลอดการเป็นพนักงานขายรถยนต์ โดยเริ่มจากบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์เมื่อรับพนักงานขายรถยนต์เข้ามาทำงาน จะมีระบบการฝึกอบรมเบื้องต้นเกี่ยวกับการเป็นพนักงานขายรถยนต์ โดยจะสอนหลักการและวิธีการขายเบื้องต้น และมีการทดสอบตามมาตรฐานที่กำหนดว่าพนักงานขายรถยนต์ที่เข้ามาใหม่ผ่านหรือไม่ผ่านมาตรฐานของบริษัท ซึ่งมีรายละเอียดฝึกอบรมและการสอนงาน เช่น ปฐมนิเทศ กฎระเบียบบริษัท หลักการขายเบื้องต้น วิธีการดูแลลูกค้า การคำนวณรายได้ และคอมมิชชันจากการขายรถยนต์

เมื่อบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ฝึกอบรมตามมาตรฐานเสร็จสิ้น ก็จะมีการประเมินผลความรู้ และทักษะ เมื่อพนักงานขายรถยนต์สอบผ่านตามมาตรฐานบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ก็จะถูกส่งไปฝึกอบรมอบรมต่อที่บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ โดยจะฝึกอบรมการเป็นพนักงานขายรถยนต์ คือ การสร้างความจงรักภักดีและแสดงศักยภาพของบริษัท เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับพนักงานขายรถยนต์ อีกทั้ง ยังมีการฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับสินค้าและการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า โดยมีเนื้อหาการฝึกอบรมจะอ้างอิงตาม JD POWER ซึ่งเป็นบริษัทสำรวจดัชนีวัดค่าความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อรถยนต์ทุกยี่ห้อ โดยมีการสำรวจด้านขาย และด้านบริการ โดยทางด้านขายผู้แทนจำหน่ายรถยนต์จะถูกสำรวจในหัวข้อ ดังนี้ สิ่งอำนวยความสะดวกของ Dealer การตกลงซื้อขาย รายละเอียดการผ่อนชำระ บุคลิกภาพพนักงานขายรถยนต์ ความพร้อมทางด้านเอกสาร เวลาในการส่งมอบที่ตรงเวลา กระบวนการส่งมอบ รายละเอียดโปรโมชั่น พนักงานติดตามการใช้งานของลูกค้าหลังจากออกรถไปแล้ว และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เป็นต้น ซึ่งจะมีการทดสอบทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติ เพื่อให้พนักงานขายรถยนต์มีความรู้ในผลิตภัณฑ์ สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า สาเหตุที่บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ต้องมีการฝึกอบรม และมีการสร้างมาตรฐานการปฏิบัติงานสูง เพราะรถยนต์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรายละเอียดมาก มีหลายรุ่น หลายแบบ มีการเปรียบเทียบสมรรถนะระหว่างรุ่นใน Brand เดียว หรือ คู่แข่งกัน พนักงานขายรถยนต์จึงต้องมีความรู้ในตัวสินค้าอย่างแท้จริง ที่สามารถตอบลูกค้าได้

อีกทั้งยังเป็นสินค้าที่มีราคาแพง พนักงานขายรถยนต์ต้องโน้มน้าวลูกค้าให้เกิดความเชื่อมั่นต่อสินค้า

เมื่อพนักงานขายรถยนต์สามารถสอบผ่านตามมาตรฐานที่บริษัทผู้ผลิตรถยนต์กำหนดขึ้นก็จะถูกส่งกลับไปยังบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ที่สังกัดอยู่ เพื่อให้พนักงานขายรถยนต์ปฏิบัติงานจริง โดยหัวหน้าทีมขายจะเป็นผู้สอนงานพนักงานขายรถยนต์เพื่อให้พนักงานขายรถยนต์สามารถปฏิบัติงานขายได้ ด้วยการอบรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โดยละเอียด มีการทบทวนกระบวนการขาย เอกสารประกอบการขาย และเทคนิคการขายที่จำเป็น โดยหัวหน้าทีมขายจะคอยติดตามการปฏิบัติงานขายของพนักงานขายรถยนต์อยู่เป็นระยะ และมีการประเมินผลการปฏิบัติงานว่าพนักงานขายรถยนต์มีผลการปฏิบัติงานเป็นไปตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน และมียอดขายการขายเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ หากพนักงานขายรถยนต์มีผลการปฏิบัติงานไม่ผ่านมาตรฐานการปฏิบัติงาน หัวหน้าทีมขายต้องเรียกพนักงานขายรถยนต์มาอบรมความรู้เกี่ยวกับการเป็นพนักงานขายรถยนต์ใหม่อีกครั้ง และหากพนักงานขายรถยนต์มียอดขายการขายไม่ผ่านมาตรฐาน หัวหน้าทีมขายจะเรียกพนักงานขายรถยนต์มาอบรมหน้างานหรือ On The Job Training : OJT ในขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ไม่ผ่านตามมาตรฐาน และให้ข้อเสนอแนะในการขาย และเฝ้าติดตามผลการปฏิบัติงานอีกครั้ง ถ้าหากพนักงานขายรถยนต์มียอดขายการขายไม่ผ่านตามเป้าหมาย 3 เดือนติดต่อกัน พนักงานขายรถยนต์ผู้นั้นจะถูกพิจารณาให้ออกจากงาน จากการอธิบายข้างต้นจะเห็นได้ว่าพนักงานขายรถยนต์จะได้รับการฝึกอบรมตั้งแต่ก่อนการขายจริง เพื่อให้ปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง และหลังจากการเป็นพนักงานขายรถยนต์แล้ว พนักงานขายรถยนต์จะถูกสอนงานจากหัวหน้าทีมขาย ซึ่งจะทบทวนเกี่ยวกับสินค้า ขั้นตอนการขายรวมถึงเทคนิคการขายต่าง ๆ จากหัวหน้าทีมขายจึงทำให้ระดับการสอนงานอยู่ในระดับสูง ซึ่งสามารถอธิบายปัจจัยด้านการสอนงานได้ดังนี้

2.1 ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์ พนักงานขายรถยนต์มีความคิดเห็นต่อการกำหนดวัตถุประสงค์อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.15$) แสดงให้เห็นว่าบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง มีการกำหนดเป้าหมายในการขาย และมีระยะเวลากำหนดอย่างชัดเจน ส่วนหัวหน้าทีมขายมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการสอนงาน โดยมีการเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดวัตถุประสงค์ และในเรื่องที่สอนมีส่วนช่วยในการปรับปรุงผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการสอนงานของ Rider (2002) ที่ว่าการสอนงานเป็นเทคนิคและวิธีการทางพฤติกรรมที่ช่วยให้ผู้ถูกสอนบรรลุสิ่งที่มุ่งหวังตามเป้าหมายหรือมีผลปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับ Werner and Simone (2006) แสดงให้เห็นว่าการมีวัตถุประสงค์ในการสอนงาน เพื่อทำให้เป้าหมายที่ตั้งประสบผลสำเร็จ สำหรับ นพ ศรีบุญนาท (2546) กล่าวว่า หัวหน้างานจะต้องชี้ให้พนักงานทราบว่าเขาต้องการให้

ผู้ได้บังคับบัญชาปฏิบัติงานอะไร ก็คือการมีวัตถุประสงค์ในการปฏิบัติงาน และChampathes (2006) กล่าวว่า โค้ชหรือผู้สอนงานจะเป็นผู้กำหนดความคาดหวัง ช่วยให้เกิดผลลัพธ์ โดยจะต้องมีความชัดเจนในความต้องการ (Clarifying Needs) ผู้สอนงานหรือโค้ชจะต้องทำความเข้าใจเป้าหมายที่ตนเองต้องการ และการกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective Setting) การกำหนดวัตถุประสงค์ควรเกิดจากทั้งผู้สอนงานและผู้ถูกสอนงาน เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมและการยอมรับสนับสนุนในเป้าหมาย โดยการกำหนดวัตถุประสงค์อาจนำแนวคิด SMART มาประยุกต์ใช้ในการกำหนดเป้าหมายให้เกิดความเฉพาะเจาะจงในการปรับปรุงการปฏิบัติงานได้

2.2 ด้านแรงจูงใจหรือการให้รางวัล พนักงานขายรถยนต์มีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจหรือการให้รางวัลอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.90$) แสดงให้เห็นว่าบริษัทขายรถยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง มีการให้เงินเดือนและคอมมิชชั่นในการขายอย่างเหมาะสม ส่วนหัวหน้าทีมขายมีการมอบเป้าหมายที่ท้าทาย ให้กำลังใจ ค่อยช่วยเหลือ และกล่าวคำชมเชยแก่พนักงานขายรถยนต์อยู่เสมอ เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้แก่พนักงานขายรถยนต์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสอนงานของ Keentz and Wehrich (1990) (อ้างถึงใน ประไพ อริยประยูร, 2547) หัวหน้างานทุกระดับจะต้องมีความรับผิดชอบในการสอนงานภายใต้บรรยากาศของความไว้วางใจ และต้องมีการยกย่องและชมเชย เมื่อผู้ได้รับการอบรมปฏิบัติงานเป็นที่น่าพอใจ สำหรับ ประนต จิรัฐติกาล (2547) ได้กล่าวว่า กระบวนการสอนงานช่วยในการเพิ่มพูนทักษะการปฏิบัติงาน โดยผู้สอนใช้วิธีการส่งเสริมสนับสนุน ชี้แนะและให้กำลังใจ ทำให้ผู้ปฏิบัติสามารถปฏิบัติงานได้ด้วยความเต็มใจ และสุพล พะยอมแย้ม (2545) กล่าวถึงรูปแบบการสอนงานที่มีจุดสำคัญในการใช้การจูงใจ (Motivation) ซึ่งทำให้ผู้เรียนรู้สึกว่างานนั้นทำได้ไม่ยากเกินความสามารถ กระตุ้นให้ผู้เรียนสนใจและต้องการเรียน และเน้นความสำคัญของงานและประสิทธิภาพของผู้เรียน

2.3 ด้านการบอกเล่าและแสดงให้ดู พนักงานขายรถยนต์มีความคิดเห็นต่อการบอกเล่าและแสดงให้ดูในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.95$) แสดงให้เห็นว่าหัวหน้าทีมขายมีการสาธิตขั้นตอนการปฏิบัติงานขาย บอกเล่าประสบการณ์ในการขาย และบอกเล่าปัญหาที่เกิดขึ้นในการขาย ให้พนักงานขายรถยนต์ได้รับทราบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการสอนงานของ นพ ศรีบุญนาท (2546) ได้กล่าวถึงการสอนงานว่าหัวหน้าจะต้องชี้ให้พนักงานทราบว่าเขาต้องการให้ผู้ได้บังคับบัญชาปฏิบัติงานอะไร และแนะนำวิธีการทำงานที่ประสบความสำเร็จในการทำงานนั้น ๆ โดยการบอกเล่าวิธีการทำงานที่ประสบความสำเร็จ และสุพล พะยอมแย้ม (2545) ได้กล่าวถึงรูปแบบการสอนงานที่ต้องมีขั้นตอนการบอกเล่าและแสดงให้ดู (Tell and Show) ซึ่งเป็นการสาธิตวิธีการทำงานทุกขั้นตอนอย่างสมบูรณ์ แสดงให้ดูตามลำดับขั้นตอนพร้อมรายละเอียดประกอบ เน้นให้

เห็นจุดสำคัญในการปฏิบัติแต่ละขั้นตอน และบอกเล่าอย่างชัดเจน และครบถ้วนโดยไม่ยกเว้นแม้เรื่องที่คิดว่ารู้แล้ว

2.4 ด้านการทดสอบความรู้ความเข้าใจ พนักงานขายรถยนต์มีความคิดเห็นต่อการทดสอบความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.89$) แสดงให้เห็นว่าหัวหน้าทีมขายมีการทดสอบความรู้ด้วยการปฏิบัติในการเข้าพบลูกค้า นำเสนอสินค้า การปิดการขาย และทดสอบความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังมีการทดสอบทักษะในการขาย เพื่อให้แน่ใจว่าพนักงานขายรถยนต์มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อย่างแท้จริง และสามารถขายสินค้าได้อย่างถูกต้องตามมาตรฐานที่กำหนดซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสอนงานของ สุรพล พะยอมรัมย์ (2545) กล่าวถึงรูปแบบการสอนงานที่ต้องมีการทดสอบความรู้ความเข้าใจ (Test) เพื่อเป็นการให้ผู้เรียนพูดและแสดงให้ดูตามที่ได้เรียนรู้ไปให้ผู้เรียนอธิบายประเด็นสำคัญของการปฏิบัติงาน ให้ผู้เรียนตั้งข้อซักถามเพื่อตรวจสอบความรู้ความเข้าใจ และกระทำตามขั้นตอนในประเด็นข้างต้นอย่างต่อเนื่องจนแน่ใจว่าผู้เรียนได้ เรียนทั้งหมดแล้ว

2.5 ด้านการนำความรู้ไปปฏิบัติ พนักงานขายรถยนต์มีความคิดเห็นต่อการนำความรู้ไปปฏิบัติอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.04$) แสดงให้เห็นว่าพนักงานขายรถยนต์ได้นำความรู้ที่ได้การสอนงานจากหัวหน้าทีมขายไปปฏิบัติในการแสวงหาลูกค้า การเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า การเข้าพบลูกค้า การนำเสนอสินค้า การจัดซื้อได้แย่ง การปิดการขาย และการบริการหลังการขาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสอนงานของ Hanson (2003) (quoted in Williams, 2005) กล่าวถึงแบบจำลองการสอนงานที่มีการปฏิบัติ (Action) เป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการสอนงานและ Champathes (2006) กล่าวถึงกระบวนการสอนงานที่มีการออกแบบแผนปฏิบัติงาน (Action Plan Designing) ซึ่งเป็นการสรุปภาพรวมในการสอนงาน โดยกำหนดยุทธศาสตร์ของการสอนงาน เป้าหมาย วัตถุประสงค์ ระยะเวลา ผลลัพธ์ที่ต้องการ การปฏิบัติงาน ทักษะที่ต้องการปรับปรุง ระดับการเรียนรู้ของสมรรถนะ

2.6 ด้านการตรวจสอบติดตาม พนักงานขายรถยนต์มีความคิดเห็นต่อการตรวจสอบติดตามอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.11$) แสดงให้เห็นว่าหัวหน้าทีมขายมีการตรวจสอบติดตามการปฏิบัติงานขาย โดยมีการซักถามปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติงานขาย การประเมินผลการปฏิบัติงานตามมาตรฐาน และตามเป้าหมายที่กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสอนงานของ Champathes (2006) กล่าวถึงกระบวนการสอนที่มีการตรวจสอบการปฏิบัติ (Checking Activities) ซึ่งเป็นการประเมินการปฏิบัติงาน ทักษะและผลลัพธ์ของการเรียนรู้ ความตั้งใจในการประเมินเพื่อให้แน่ใจว่า ผลของการสอนงานเป็นไปตามแผนปฏิบัติงานที่กำหนดขึ้น และสุรพล พะยอมรัมย์ (2545) กล่าวถึง จุดสำคัญ ตามขั้นตอนการปฏิบัติตามที่ได้เรียนรู้ และให้การเสริมแรง

เมื่อเขาทำงานได้ตรงตามที่เรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ จุดสำคัญนั้นคือการตรวจสอบติดตามผล (Check) เป็นการให้ผู้เรียนทราบว่าใครคือ ผู้ที่จะช่วยเหลือเขาเมื่อมีปัญหาการทำงาน ให้ผู้เรียนลงมือปฏิบัติจริง หรือทดลองทำ ติดตาม ชักถาม ทบทวน

2.7 ด้านการให้ข้อมูลป้อนกลับ พนักงานขายรถยนต์มีความคิดเห็นต่อการให้ข้อมูลป้อนกลับอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.15$) แสดงให้เห็นว่าหัวหน้าทีมขายมีการให้ข้อมูลป้อนกลับแก่พนักงานขายรถยนต์ โดยการแจ้งผลการปฏิบัติงานให้พนักงานทราบ มีการรับฟังความคิดเห็นตอบข้อซักถามเมื่อพนักงานขายรถยนต์สงสัย และให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เมื่อพนักงานขายรถยนต์ขอคำปรึกษา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสอนงานของ อรุณี ลำเกาทอง (2538) กล่าวว่า การสอนงานว่าเป็นกระบวนการหนึ่งในการพัฒนาบุคลากรจะเน้นที่การให้คำแนะนำ การให้ความรู้ และแนวทางการปฏิบัติงานใหม่ ให้แก่ผู้เรียนผู้วิชาชีพ และมุ่งเน้นแก้ปัญหาการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานอยู่แล้วให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สำหรับ บุศริน เอี้ยวสีหยก (2545) กล่าวว่า การสอนงานเป็นการแก้ไขให้เกิดความมั่นใจ ให้ข้อมูลป้อนกลับ ให้การช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ และ นพ ศิริบุญนาค (2546) กล่าวว่าในการสอนงานนั้นหัวหน้างานจะต้องแนะนำวิธีการทำงานที่ประสบความสำเร็จในการทำงาน และวิธีการนี้ต้องการการส่งข้อมูลย้อนกลับ (feedback) จากพนักงาน

3. การรับรู้ความสามารถของตนเอง

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถของตนเองโดยรวม พบว่า พนักงานขายรถยนต์มีรับรู้ความสามารถของตนเองโดยรวม อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.91$) และเมื่อพิจารณาการรับรู้ความสามารถของตนเองแต่ละด้านพบว่า พนักงานขายรถยนต์มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเอง คือ 3.1 ผลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่เกิดจากแหล่งที่มาของการรับรู้ความสามารถของตนเอง แบ่งเป็น ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ การได้เห็นต้นแบบ การใช้คำพูดชักจูงจากผู้อื่น และการกระตุ้นทางอารมณ์ 3.2 การรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขาย แบ่งเป็น การแสวงหาลูกค้า การเตรียมก่อนเข้าพบลูกค้า การเข้าพบลูกค้า การนำเสนอสินค้า การขจัดข้อโต้แย้ง การปิดการขาย และการบริการหลังการขาย อยู่ในระดับดีมาก เนื่องจากบริษัทมีระบบการคัดเลือกที่เป็นมาตรฐาน และมีแบบทดสอบการเป็นพนักงานขายรถยนต์ก่อนรับเข้าทำงาน เมื่อผ่านการคัดเลือกพนักงานขายรถยนต์จะได้รับการฝึกอบรมตามมาตรฐาน มีการปลูกฝังให้เชื่อมั่นต่อบริษัทผู้ผลิตรยนต์โดยแสดงศักยภาพให้พนักงานขายรถยนต์เห็นจากสถานที่ฝึกอบรม ผลประกอบการ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ความได้เปรียบคู่แข่งอื่น อีกทั้งยังมีการสอนงานของหัวหน้าทีมขาย จึงทำให้พนักงานขายรถยนต์มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า

และกระบวนการขายอย่างชัดเจน ซึ่งทำให้พนักงานขายรถยนต์เกิดความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ซึ่งสามารถอภิปรายองค์ประกอบในแต่ละด้านได้ดังนี้

3.1 ผลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่เกิดจากแหล่งที่มาของการรับรู้ความสามารถของตนเอง พนักงานขายรถยนต์มีความคิดเห็นต่อผลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่เกิดจากแหล่งที่มาของการรับรู้ความสามารถของตนเองอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.89$) แสดงให้เห็นว่าพนักงานขายรถยนต์มีระดับความคิดเห็นต่อประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ การได้เห็นต้นแบบ การใช้คำพูดชักจูงจากผู้อื่น การกระตุ้นทางอารมณ์ อยู่ในระดับดีมาก หากแยกพิจารณารายด้านสามารถอภิปรายได้ดังนี้

3.1.1 ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ พนักงานขายรถยนต์มีความคิดเห็นต่อประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.91$) แสดงให้เห็นว่าพนักงานขายรถยนต์สามารถประเมินความสามารถของตนเอง สำรวจจุดแข็ง – จุดอ่อนของตนเอง ระบุถึงความสนใจ ความต้องการ ทักษะ และสามารถกำหนดเป้าหมายการทำงานของตนเอง และยังสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จตามเวลา และสร้างผลงานให้เป็นที่ยอมรับของหัวหน้าทีมขายได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการรับรู้ความสามารถของตนเองของ Bandura (1977) ที่กล่าวถึง การประสบความสำเร็จในการปฏิบัติ (Performance Accomplishment) เกิดจากประสบการณ์ความสำเร็จที่แท้จริงของบุคคล ความสำเร็จจะทำให้การประเมินว่าตนเองมีความสามารถสูง ส่วนความล้มเหลวจะทำให้มีการประเมินความสามารถของตนเองต่ำลง ดังนั้นในการที่จะพัฒนาการรับรู้ความสามารถของตนเองจึงจำเป็นที่จะต้องฝึกให้บุคคลมีทักษะเพียงพอที่จะประสบความสำเร็จได้พร้อมกับทำให้บุคคลรู้ว่าเขามีความสามารถที่จะกระทำได้ บุคคลที่รับรู้ว่าคุณจะสามารถจะพยายามทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

3.1.2 การได้เห็นต้นแบบ พนักงานขายรถยนต์มีความคิดเห็นต่อการได้เห็นต้นแบบอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.98$) แสดงให้เห็นว่าพนักงานขายรถยนต์ทราบวิธีการที่ทำให้หัวหน้างานประสบผลสำเร็จ สามารถปฏิบัติตามแบบอย่างที่ว่าหัวหน้าทำแล้วประสบผลสำเร็จ และมีความคิดอยู่เสมอว่าจะต้องประสบความสำเร็จในชีวิตอย่างบุคคลต้นแบบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการรับรู้ความสามารถของตนเองของ Bandura (1977) ที่กล่าวถึง การได้เห็นต้นแบบ (Vicarious Experiences) การที่เห็นบุคคลอื่นคล้ายกับตนเองทำกิจกรรมได้สำเร็จ ก็สามารถเพิ่มความรู้สึกที่ว่าตนมีความสามารถที่จะกระทำกิจกรรมทำนองเดียวกันได้สำเร็จ

3.1.3 การใช้คำพูดชักจูงจากผู้อื่น พนักงานขายรถยนต์มีความคิดเห็นต่อการที่ใช้คำพูดชักจูงจากผู้อื่นอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.90$) แสดงให้เห็นว่าพนักงานขายรถยนต์

ได้รับการกล่าวคำชมเชยถึงความสำเร็จในการทำงานจากหัวหน้าทีมขาย ได้รับการยกย่องว่ามีความสามารถในการทำงานจากเพื่อนร่วมงาน ได้รับการให้กำลังใจจากหัวหน้าทีมขายและเพื่อนร่วมงาน และสามารถขอความช่วยเหลือจากหัวหน้าทีมขายและเพื่อนร่วมงาน เมื่อเกิดปัญหาในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการรับรู้ความสามารถของตนเองของ Bandura (1977) ที่กล่าวถึงการพูดยืนยัน (Verbal Persuasion) เป็นการบอกบุคคลว่าเขามีความสามารถที่จะประสบความสำเร็จได้ ทำให้ผู้ถูกชักจูงมีความพยายามในการกระทำกิจกรรมนั้น ๆ มากขึ้น การใช้วิธีนี้จะได้ผลมากขึ้นเมื่อเป็นเรื่องที่เป็นไปได้ สอดคล้องกับความเป็นจริง มิฉะนั้นจะเป็นการทำลายความรู้สึกรับรู้ความสามารถของผู้ถูกชักจูงเมื่อไม่สำเร็จ ทำให้เขาล้มเลิกการกระทำเมื่อพบอุปสรรค

3.1.4 การกระตุ้นทางอารมณ์ พนักงานขายรถยนต์มีความคิดเห็นต่อการกระตุ้นทางอารมณ์อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.96$) แสดงให้เห็นว่าพนักงานขายรถยนต์สามารถควบคุมความวิตกกังวลที่มีต่อการทำงานได้ สามารถปฏิเสธในคำขอร้องที่ไม่มีเหตุผลได้ สามารถเข้ากับผู้อื่นได้ดี และสามารถทำความคุ้นเคยกับบุคคลอื่นที่เพิ่งรู้จักได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการรับรู้ความสามารถของตนเองของ Bandura (1977) ที่กล่าวถึงการกระตุ้นอารมณ์ (Emotional Arousal) บุคคลรับรู้ความสามารถของตนเองจากภาวะการกระตุ้นทางอารมณ์ และจากการแสดงทางกายภาพ สร้างความรู้สึกในทางบวก เช่น การสร้างให้เกิดความคุ้นเคยกับสถานการณ์ ฝึกให้บุคคลลดความตื่นเต้น ซึ่งมีผลในการช่วยเพิ่มการรับรู้ความสามารถของตนเอง และช่วยเพิ่มผลการปฏิบัติงาน

3.2 การรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขาย พนักงานขายรถยนต์มีการรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขายอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.97$) แสดงให้เห็นว่าพนักงานขายรถยนต์มีความคิดเห็นต่อ การแสวงหาลูกค้า การเตรียมก่อนเข้าพบลูกค้า การเข้าพบลูกค้า การนำเสนอสินค้า การจัดซื้อโต้แย้ง การปิดการขาย และการบริการหลังการขายอยู่ในระดับสูง หากแยกพิจารณารายด้านสามารถอธิบายได้ดังนี้

3.2.1 การแสวงหาลูกค้า พนักงานขายรถยนต์มีการรับรู้ต่อการแสวงหาลูกค้า อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.91$) แสดงให้เห็นว่าพนักงานขายรถยนต์สามารถหาลูกค้าจากญาติ พี่น้อง เพื่อนสมัยเรียน จากผู้ที่ไม่รู้จัก และลูกค้าเป้าหมายได้

3.2.2 การเตรียมก่อนเข้าพบลูกค้า พนักงานขายรถยนต์มีการรับรู้ต่อการเตรียมก่อนเข้าพบลูกค้าอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.94$) แสดงให้เห็นว่าพนักงานขายรถยนต์ลักษณะ และคุณภาพของสินค้า ทราบความต้องการ รสนิยมของลูกค้า สามารถดึงดูดความสนใจ และสามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ว่าลูกค้าต้องการซื้อสินค้าหรือไม่

3.2.3 การเข้าพบลูกค้า พนักงานขายรถยนต์มีการรับรู้ต่อการเข้าพบลูกค้าอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.08$) แสดงให้เห็นว่าพนักงานขายรถยนต์สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้โดยละเอียด และชัดเจนแก่ลูกค้า และสามารถเพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้าได้

3.2.4 การนำเสนอสินค้า พนักงานขายรถยนต์มีการรับรู้ต่อการนำเสนอสินค้าอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.92$) แสดงให้เห็นว่าพนักงานขายรถยนต์สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า สามารถอธิบายให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในคุณภาพของสินค้า และสามารถตอบข้อซักถามของลูกค้าได้

3.2.5 การจัดซื้อได้แย่ง พนักงานขายรถยนต์มีการรับรู้ต่อการจัดซื้อได้แย่งอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.93$) แสดงให้เห็นว่าพนักงานขายรถยนต์สามารถตอบข้อโต้แย้งของลูกค้าได้ และสามารถสังเกตท่าทางของลูกค้าว่าจะซื้อสินค้าหรือไม่

3.2.6 การปิดการขาย พนักงานขายรถยนต์มีการรับรู้ต่อการปิดการขายอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.92$) แสดงให้เห็นว่าพนักงานขายรถยนต์สามารถสอบถามลูกค้าอย่างอ้อมว่าต้องการซื้อสินค้าหรือไม่ และสามารถชักนำลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อสินค้าได้

3.2.7 การบริการหลังการขาย พนักงานขายรถยนต์มีการรับรู้ต่อการบริการหลังการขายอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.02$) แสดงให้เห็นว่าพนักงานขายรถยนต์มีความพยายามที่จะอธิบายวิธีการใช้สินค้า และตอบข้อซักถามของลูกค้า พยายามติดต่อลูกค้าอยู่เสมอ และสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า

4. ผลการปฏิบัติงานขาย

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานขายของพนักงานขายรถยนต์โดยรวม พบว่าพนักงานขายรถยนต์มีผลการปฏิบัติงานโดยรวม อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.08$) เนื่องจากบริษัทผู้ผลิตรยนต์มีการกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงานให้แก่บริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ทั้งทางด้านยอดขายและการให้บริการลูกค้า โดยบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์รับเอานโยบายการให้บริการลูกค้า และเป้าหมายการขายจากบริษัทผู้ผลิตรยนต์นำมากำหนดแผนการตลาดของบริษัทในแต่ละเดือน ซึ่งการกำหนดเป้าหมายการขายในแต่ละเดือนจะไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับจำนวนวันทำงาน เทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น โดยบริษัทผู้แทนจำหน่ายมีการกำหนดเป้าหมายการขายไปยังทีมขายต่าง ๆ และมอบหน้าที่ให้หัวหน้าทีมขายดูแลการขาย การให้บริการลูกค้าของพนักงานขายรถยนต์ในทีมงานของตนเอง ซึ่งจะมีการประเมินผลงานตามมาตรฐานการปฏิบัติงานของบริษัท จากการ

กำหนดเป้าหมายการขายตั้งแต่ บริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ลงมาสู่ทีมขาย และส่งเป้าหมายการขายต่อไปยังพนักงานขายรถยนต์ ซึ่งหัวหน้าทีมขายจะมีการประเมินผลงาน มีการสอนงาน มีการช่วยเหลือพนักงานขายรถยนต์ และผลักดันยอดขายของทีมงาน และพนักงานขายรถยนต์ให้เป็นไปตามเป้าหมาย โดยการสอนงานแก่พนักงานขายรถยนต์ที่ยังมีแนวทางการปฏิบัติงานที่ยังไม่สมบูรณ์ตามมาตรฐาน การเกลี้ยขม่อการขายหรือการกำหนดเป้าหมายการขายใหม่ไปให้พนักงานขายรถยนต์ที่เก่ง เพื่อช่วยเหลือพนักงานขายรถยนต์ที่มียอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมายแต่มีผลงานตามมาตรฐานการขายของบริษัท (มาตรฐานการขายของบริษัท คือ ยอดการขายต่ำสุดที่พนักงานขายรถยนต์ได้รับในแต่ละเดือน) หรือการช่วยแบ่งยอดขายให้แต่ละจะไม่รับค่าคอมมิชชั่นในยอดขายนั้น จากเหตุผลดังกล่าวทำให้พนักงานขายรถยนต์มีผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณาผลการปฏิบัติงานแต่ละด้านพบว่า พนักงานขายรถยนต์มีผลการปฏิบัติงาน คือ 3.1 ผลการปฏิบัติงานขายแบ่งเป็น คุณลักษณะส่วนตัว ความรู้เกี่ยวกับงานขาย และความสามารถในการวางแผนและดำเนินงานเกี่ยวกับการขาย 3.2 ความสามารถในการขาย อยู่ในระดับดีมาก สามารถอธิบายได้ดังนี้

4.1 ผลการปฏิบัติงานขาย พนักงานขายรถยนต์มีผลการปฏิบัติงานขายอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.36$) แสดงให้เห็นว่าพนักงานขายมีผลการปฏิบัติงานขายในด้านคุณลักษณะส่วนตัว ความรู้เกี่ยวกับงานขาย ความสามารถในการวางแผนและดำเนินงานเกี่ยวกับการขาย และมีความสามารถในการขาย อยู่ในระดับดีมาก หากแยกพิจารณารายด้านสามารถอธิบายได้ดังนี้

4.1.1 คุณลักษณะส่วนตัว พนักงานขายรถยนต์มีคุณลักษณะส่วนตัวอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.47$) แสดงให้เห็นว่าพนักงานขายรถยนต์มีบุคลิกภาพในด้านท่าทาง การพูด ที่ดูใจลูกค้า การแต่งกายที่เหมาะสม มีความสุภาพต่อหัวหน้าทีมขาย ลูกค้า นอกจากนี้ยังมีความกระตือรือร้นในการทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย มีความซื่อสัตย์ และมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน

4.1.2 ความรู้เกี่ยวกับงานขาย พนักงานขายรถยนต์มีความรู้เกี่ยวกับงานขายอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.31$) แสดงให้เห็นว่าพนักงานขายรถยนต์มีความรู้เกี่ยวกับงานขายในด้านการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ เกี่ยวกับการขาย ความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาในงานขาย ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการปฏิบัติงานขาย และมีความสามารถในการให้ข้อมูล และอธิบายคุณสมบัติ และประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ในแต่ละรุ่น และแบบรถยนต์ ความสามารถในการตอบคำถาม การให้บริการด้านเอกสารในการขาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ นิติพล ภูตะโชติ (2549) ได้กล่าวถึง หลักเกณฑ์ทั่วไปในการประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงานขาย คือ ความรู้ในเรื่องงาน

พนักงานขายมีความรู้ ความเข้าใจผลิตภัณฑ์ และการบริการมากน้อยเพียงไร รู้วิธีปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุผลสำเร็จและนำไปใช้ได้จริงหรือไม่

4.1.3 ความสามารถในการวางแผนและดำเนินงานเกี่ยวกับการขาย พนักงานขายรถยนต์อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.23$) แสดงให้เห็นว่าพนักงานขายรถยนต์มีความสามารถในการวางแผนและดำเนินงานเกี่ยวกับการขายในด้านความสามารถจัดลำดับขั้นตอนการทำงานให้เป็นระเบียบ การปฏิบัติงานอย่างถูกต้องไม่ให้เกิดความผิดพลาด มีความสามารถในการแก้ปัญหา

4.2 ความสามารถในการขาย พนักงานขายรถยนต์มีความสามารถในการขายอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.43$) แสดงให้เห็นว่าพนักงานขายรถยนต์สามารถปฏิบัติงานขายให้เป็นไปตามเป้าหมายที่บริษัทกำหนด เนื่องจากบริษัทจะมีการกำหนดเป้าหมายในการขายของพนักงานขายแต่ละคนไว้ และมีการประเมินความสามารถในการขายของพนักงานขายอยู่ตลอดเวลา หากผลการปฏิบัติงานไม่เป็นไปตามเป้าหมายพนักงานขายจะไม่ได้รับค่าตอบแทนที่ตกลงกันไว้ หรือมีผลการปฏิบัติงานไม่เป็นไปตามเป้าหมายมากกว่า 3 เดือน พนักงานขายจะถูกส่งไปฝึกอบรมความรู้ในการขายหรือฟื้นฟูสภาพการเป็นพนักงานขายของบริษัท ซึ่งผลการประเมินนั้นจะทำให้พนักงานขายและหัวหน้าทีมขายทราบถึงระดับความสามารถในการขายของตนเองและลูกน้องในทีมของตนเอง นอกจากนี้ผลการประเมินยังสามารถบอกให้ทราบถึงสิ่งที่ควรปรับปรุงแก้ไข ทำให้พนักงานขายทราบว่าตนเองควรพัฒนาแก้ไขในส่วนใด เพื่อให้ผลการปฏิบัติงานเป็นไปตามเป้าหมายที่บริษัทกำหนด ซึ่งทำให้พนักงานขายมีความสามารถในการขายอยู่ในระดับดีมาก

5. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ เพศ และสถานภาพ ไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง แต่ อายุ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่จบการศึกษา ประสบการณ์ในงานขาย และระยะเวลาการปฏิบัติงาน มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่จบการศึกษา ประสบการณ์ในงานขาย และระยะเวลาการปฏิบัติงาน ไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ซึ่งไม่เป็นไปตาม

สมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนเพศ มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.05$) ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ดังนี้

เพศ พบว่า มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} = 0.04$) และพนักงานขายรถยนต์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ย ผลการปฏิบัติงานสูงกว่าเพศหญิง อธิบายได้ว่า บริษัทขายรถยนต์แต่ละบริษัทจะมีการฝึกอบรมพนักงานขายก่อนการปฏิบัติงานจริง ซึ่งในการอบรมพนักงานขายแต่ละครั้งจะมีมาตรฐานการอบรมซึ่งสอนโดยครูฝึกหรือหัวหน้าทีมขาย ไม่ว่าพนักงานขายชายหรือหญิงที่ผ่านการฝึกอบรมจะได้รับความรู้ตรงตามมาตรฐานที่บริษัทแต่ละแห่งกำหนดไว้ การที่พนักงานขายชายมีผลการปฏิบัติงานสูงกว่าเพศหญิงนั้น เนื่องจากพนักงานขายรถยนต์เพศชายมีความรู้ ความสนใจเกี่ยวกับรถยนต์มากกว่าเพศหญิง เช่น การแต่งรถ การตกแต่งรถทั้งภายนอกและภายใน การแต่งเครื่องรถยนต์ให้มีสมรรถนะสูงขึ้น การซ่อมบำรุงรักษา และการให้คำปรึกษาในปัญหาต่าง ๆ จึงสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้าได้มากกว่าเพศหญิง

ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสุดารัตน์ ศิริวงศ์ (2546) ที่ทำการศึกษาอิทธิพลของบุคลิกภาพ และความรู้สึกเห็นคุณค่าในตนเองที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของหัวหน้างานระดับกลาง พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของหัวหน้างานระดับกลาง ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากลักษณะงานที่เกี่ยวกับหน้าที่ในการจัดการของหัวหน้างานระดับกลางทั้งที่เป็นเพศชายและเพศหญิง มีลักษณะงานที่มีวิธีการและขั้นตอนคล้ายคลึงกัน คือส่วนใหญ่เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการผลิตโดยตรงมีเกณฑ์ในการปฏิบัติด้านการวางแผนด้านการจัดองค์การ ด้านภาวะผู้นำ และด้านการควบคุมที่มีมาตรฐานเดียวกัน ประกอบกับลักษณะของข้อมูลไม่กระจาย กล่าวคือ หัวหน้างานที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งตกอยู่ในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมากเกินไป เหตุผลอีกประการหนึ่งคือ นโยบายขององค์กรที่ให้ความเสมอภาคและเปิดโอกาสที่เท่าเทียมกันในการก้าวขึ้นมาเป็นหัวหน้างานระดับบริหารทั้งเพศชายและเพศหญิงจากเหตุผลทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้เพศไม่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร ประโยค (2542) ที่ได้ทำ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบห้าประการของบุคลิกภาพกับผลการปฏิบัติงาน พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน ทั้งนี้อาจเนื่องจากนโยบายขององค์กรที่ให้ความเสมอภาค และทางเปิดโอกาสที่เท่าเทียมกันในการทำงานของเพศชายและเพศหญิง ทำให้ความแตกต่างทางเพศไม่มีผลต่อการปฏิบัติงาน

สถานภาพ พบว่า ไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} = 0.47$) เนื่องจากบริษัทผู้ผลิตและบริษัทผู้จำหน่ายรถยนต์มีมาตรฐานการปฏิบัติงานทั้งด้านการบริการและยอดขาย และมีการตั้งเป้าหมายในการขายให้กับพนักงานขายรถยนต์ทุกคนเท่ากัน ไม่ว่าพนักงานขายรถยนต์ที่มีสถานภาพโสดหรือสมรส รวมทั้งลักษณะการขายรถยนต์เป็นการขายประจำอยู่ที่โชว์รูม ลูกค้าน่าจะเดินเข้ามาเลือกชมและตัดสินใจซื้อสินค้าที่โชว์รูม ทำให้พนักงานขายรถยนต์ไม่ต้องเดินทางไปนำเสนอสินค้านอกบริษัท จึงทำให้พนักงานขายรถยนต์ที่มีสถานภาพสมรสสามารถทำงานได้เท่ากับพนักงานขายรถยนต์ที่มีสถานภาพโสด เพราะไม่มีปัญหาเรื่องการเดินทางที่ต้องรับผิดชอบภาระทางบ้าน จึงทำให้ผลการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรณ ชีรบรรณรัตน์. (2540) ที่ได้ทำการศึกษา ผลของบุคลิกภาพ ทักษะคิดทำงานขาย และปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย พบว่า พนักงานขายที่มีสภาพการสมรสต่างกัน มีผลการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

อายุ พบว่า ไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} = 0.97$) เนื่องจากบริษัทผู้ผลิตและบริษัทผู้จำหน่ายรถยนต์มีมาตรฐานการปฏิบัติงานทั้งด้านการบริการและยอดขาย และมีการตั้งเป้าหมายในการขายให้กับพนักงานขายรถยนต์ทุกคนเท่ากัน ไม่ว่าพนักงานขายรถยนต์จะมีอายุมากหรืออายุน้อย รวมถึงบริษัทมีระบบฝึกอบรมที่เป็นมาตรฐาน และมีการทดสอบความรู้ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงาน จึงทำให้ความแตกต่างของอายุไม่มีผลต่อการปฏิบัติงาน

ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุดารัตน์ ศิริวงศ์ (2546) ที่ทำการศึกษอิทธิพลของบุคลิกภาพ และความรู้สึกเห็นคุณค่าในตนเองที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของหัวหน้างานระดับกลาง พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของหัวหน้างานระดับกลาง ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากอายุของหัวหน้างานระดับกลางที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนี้มีอายุไม่แตกต่างกันมาก จึงถือได้ว่าหัวหน้างานระดับกลางส่วนใหญ่อยู่ในวัยใกล้เคียงกัน และนอกจากนี้ลักษณะงานและหน้าที่ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานของหัวหน้างานแต่ละคนมีลักษณะใกล้เคียงกัน มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ไม่แตกต่างกัน ทำให้ความแตกต่างของอายุไม่มีผลต่อการปฏิบัติงาน และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร ประโยค (2542) ที่ได้ทำการศึกษความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบห้าประการของบุคลิกภาพกับผลการปฏิบัติงาน พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานในเชิงบวก เนื่องจากลักษณะการทำงานของหัวหน้างานระดับกลางนั้นเป็นงานที่มีกรรมวิธีที่คล้ายคลึงกัน แม้ว่าจะทำการผลิตผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน

ดังนั้นเมื่ออายุของหัวหน้างานเพิ่มขึ้นประสบการณ์ย่อมมากขึ้นก็สามารถจัดการสิ่งต่าง ๆ ได้รวดเร็วยิ่งขึ้นและช่วยปรับปรุงคุณภาพของงานให้ดีขึ้น

ระดับการศึกษา พบว่า ไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} = 0.62$) เนื่องจากบริษัทผู้ผลิตและบริษัทผู้จำหน่ายรถยนต์มีมาตรฐานการปฏิบัติงานทั้งด้านการบริการและยอดขาย และมีการตั้งเป้าหมายในการขายให้กับพนักงานขายรถยนต์ทุกคนเท่ากัน ไม่ว่าพนักงานขายรถยนต์จะมีระดับการศึกษาที่สูงหรือระดับการศึกษาที่ต่ำ รวมถึงบริษัทมีระบบฝึกอบรมที่เป็นมาตรฐาน และมีการทดสอบความรู้ ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงาน จึงทำให้ผลการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรณ ชีรบรรณรัตน์. (2540) ที่ได้ทำการศึกษาผลของบุคลิกภาพ ทัศนคติต่องานขาย และปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย พบว่า พนักงานขายที่มีระดับการศึกษาสูงและการศึกษาต่ำ มีผลการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

สาขาวิชาที่จบการศึกษา พบว่า ไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} = 0.87$) เนื่องจากบริษัทผู้ผลิตและบริษัทผู้จำหน่ายรถยนต์มีมาตรฐานการปฏิบัติงานทั้งด้านการบริการและยอดขาย และมีการตั้งเป้าหมายในการขายให้กับพนักงานขายรถยนต์ทุกคนเท่ากัน ไม่ว่าพนักงานขายรถยนต์จะจบสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับการตลาด รวมถึงบริษัทมีระบบฝึกอบรมที่เป็นมาตรฐาน และมีการทดสอบความรู้ ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงาน จึงทำให้ผลการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

ประสบการณ์ในงานขาย พบว่า ไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} = 0.08$) เนื่องจากบริษัทผู้ผลิตและบริษัทผู้จำหน่ายรถยนต์มีมาตรฐานการปฏิบัติงานทั้งด้านการบริการและยอดขาย และมีการตั้งเป้าหมายในการขายให้กับพนักงานขายรถยนต์ทุกคนเท่ากัน ไม่ว่าพนักงานขายรถยนต์จะมีประสบการณ์มากหรือประสบการณ์น้อย จึงทำให้ผลการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะ ผลการปฏิบัติงานเกิดจากการประเมินตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนดขึ้น พนักงานขายรถยนต์และหัวหน้าทีมขายต้องพยายามปฏิบัติงานและผลักดันพนักงานขายรถยนต์ให้มีผลปฏิบัติงานตามมาตรฐานของบริษัท

ระยะเวลาการปฏิบัติงาน พบว่า ไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} = 0.77$) เนื่องจากบริษัทผู้ผลิตและบริษัทผู้จำหน่ายรถยนต์มีมาตรฐานการปฏิบัติงานทั้งด้านการบริการและยอดขาย และมีการตั้งเป้าหมายในการขายให้กับพนักงานขายรถยนต์ทุกคนเท่ากัน ไม่ว่าพนักงานจะมีระยะเวลาการปฏิบัติงานมากหรือน้อย จึงทำให้ผลการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะ ผลการปฏิบัติงานเกิดจากการประเมินตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนดขึ้น พนักงานขายรถยนต์และหัวหน้าทีมขายต้องพยายามปฏิบัติงานและผลักดันพนักงานขายรถยนต์ให้มีผลปฏิบัติงานตามมาตรฐานของบริษัท

ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร ประโยค (2542) ที่ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบห้าประการของบุคลิกภาพกับผลการปฏิบัติงาน พบว่า ระยะเวลาการปฏิบัติงานไม่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน เนื่องจากลักษณะการเปลี่ยนงานของบุคคลในสายอาชีพ หัวหน้างานระดับกลางในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ หัวหน้าส่วนใหญ่ มักเข้าสู่การทำงานตั้งแต่จบการศึกษาและทำงานต่อเนื่องกันมาตลอด แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงองค์กรแต่ลักษณะการทำงานล้วนมีลักษณะใกล้เคียงกัน ดังนั้นความชำนาญในงานจึงไม่ขึ้นอยู่กับระยะเวลาการปฏิบัติงานของบริษัทใดบริษัทหนึ่งเป็นการเฉพาะ แต่ขึ้นอยู่กับระยะเวลาการปฏิบัติงานรวมตั้งแต่เริ่มประกอบอาชีพ ดังนั้นงานวิจัยครั้งนี้จึงไม่พบความสัมพันธ์ ซึ่งผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุดารัตน์ ศิริวงศ์ (2546) ที่ทำการศึกษาอิทธิพลของบุคลิกภาพ และความรู้สึกรู้สึกเห็นคุณค่าในตนเองที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของหัวหน้างานระดับกลาง พบว่า ระยะเวลาปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานของหัวหน้างาน เนื่องมาจากลักษณะการทำงาน ของหัวหน้างานระดับกลางนั้นเป็นงานที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ดังนั้นเมื่อระยะเวลาปฏิบัติงานของหัวหน้างานเพิ่มขึ้นประสบการณ์ย่อมมากขึ้น การที่ประสบการณ์เพิ่มขึ้นจะสามารถจัดการสิ่งต่าง ๆ ได้เร็วยิ่งขึ้น และช่วยปรับปรุงคุณภาพของงานให้ดีขึ้น อีกทั้งองค์กรยังให้ความสำคัญในการธำรงรักษานุคลากร ให้สามารถปฏิบัติงานร่วมกับองค์กรอย่างเต็มใจเต็มความสามารถ และเป็นระยะเวลายาวนาน โดยพยายามสร้างขวัญและกำลังใจ (Morale) ความผูกพัน (Commitment) ตลอดจนความจงรักภักดี (Loyalty) ที่มีต่อองค์กรให้เกิดขึ้นในหมู่พนักงาน จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถเป็นผลทำให้ระยะเวลาปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับผลการปฏิบัติงาน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการสอนงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยด้านการสอนงานไม่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} = 0.74$) ทั้งนี้เพราะการสอนงาน ในงานขายรถยนต์ เป็นกระบวนการที่มีการตั้งเป้าหมายการสอนงาน ให้พนักงานปฏิบัติงานให้ถูกต้องตามมาตรฐานตามขั้นตอนที่บริษัทกำหนด ซึ่งจะเน้นการสอนงานที่จะทำให้พนักงานขายรถยนต์ปฏิบัติต่ลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด (ตามมาตรฐาน JD POWER) คือ เน้นการสอนงานเกี่ยวกับรายละเอียดของรถยนต์ และการให้บริการต่าง ๆ แต่การสอนงานที่เกิดขึ้นขาดการเน้นที่ทำให้พนักงานขายรถยนต์สามารถสร้างยอดขายได้ตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายกำหนด ถึงแม้พนักงานขายรถยนต์ที่ได้รับการสอนงานน้อย แต่มีทักษะในการขายที่ดีมีฐานลูกค้ารู้ช่องทางขายหรือเทคนิคการปิดการขายที่ตรงจุดก็สามารถสร้างยอดขายได้ หรืออาจกล่าวได้ว่างานขายรถยนต์มีการขับเคลื่อนผลงานด้วยเป้าหมายการขายและการบริการ หากพนักงานขายรถยนต์ต้องการความอยู่รอดในอาชีพนี้ ต้องสามารถรักษาระดับมาตรฐานการขายและการบริการให้ได้ จึงทำให้เป้าหมายการขายมีส่วนสำคัญต่อผลการปฏิบัติงาน

ในการตั้งเป้าหมายการขาย เริ่มจากบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์รับเป้าหมายการขายจากบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ ซึ่งมีเป้าหมายการขายที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี (ยอดขายจากปีที่แล้ว, สถานะเศรษฐกิจ, การเมือง) จากเป้าหมายการขายที่ได้รับ บริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์จะมีการกำหนดเป้าหมายการขายในแต่ละเดือน (ในแต่ละเดือนเป้าหมายการขายจะไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับเทศกาล, ฤดูกาล, จำนวนวันทำงาน, การวางแผนโปรโมชัน) และแบ่งเป้าหมายให้กับหัวหน้าทีมขาย โดยหัวหน้าทีมขายจะกำหนดเป้าหมายให้แก่พนักงานแต่ละคน (มีมาตรฐานการขาย และดูจากความสามารถในการขาย) ซึ่งจะสังเกตได้ว่าการกำหนดเป้าหมายการขายจะเป็นรูปแบบการบังคับให้เป็นไปตามมาตรฐานการขายหรือตามยอดขายที่ได้รับมากกว่าการสร้างแรงจูงใจให้พนักงานขายรถยนต์ปรารถนาที่จะปฏิบัติงาน และเป็นปัจจัยที่ส่งต่อผลงานขายอย่างมาก เพราะถึงแม้ว่าพนักงานขายรถยนต์จะได้รับการสอนงานมากหรือน้อย แต่หากถูกกำหนดผลงานด้วยเป้าหมายการขายที่ตนรับผิดชอบในแต่ละเดือน พนักงานขายรถยนต์ผู้นั้นก็ต้องพยายามสร้างผลงานให้ได้ตามเป้าหมายที่กำหนด เพราะถ้าผลงานไม่ผ่านเป้าหมายภายใน 3 เดือน พนักงานขายรถยนต์ผู้นั้นจะถูกพิจารณาให้ออกจากงาน ซึ่งในการปฏิบัติงานจริงหัวหน้าทีมขายจะคอยช่วยเหลือพนักงานขายรถยนต์ภายในทีมโดยการแบ่งยอดขายให้แก่พนักงานขายรถยนต์ที่มียอดขายไม่ได้ตามเป้าหมาย แต่จะไม่ได้รับค่าคอมมิชชั่นในยอดขายนั้น แต่หากผลงานของพนักงานขายรถยนต์ผู้นั้นยังไม่ได้ตามเป้าหมายภายใน 5 เดือน หัวหน้าทีมขายต้องทำการพิจารณาถึงความเหมาะสมในตำแหน่งงาน จึงทำให้ผลการ

ปฏิบัติงานอยู่ในระดับสูง แต่ไม่สัมพันธ์กับระดับการสอนงาน เพราะพนักงานขายรถยนต์จะได้รับ การสอนงานมากหรือน้อยก็จะมีผลงานตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนด

ปัจจัยหนึ่งที่มีผลทำให้ปัจจัยด้านการสอนงานไม่มีความสัมพันธ์กับผลการ ปฏิบัติงานคือ การให้ผลตอบแทนของหัวหน้าทีมขายจะถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) เงินเดือน (Basic Pay) และ 2) ค่าตอบแทนแบบจูงใจ (Incentive Pay) คือ การได้รับคอมมิชชั่น (Commission) จากยอดขาย ซึ่งในการจ่ายคอมมิชชั่นจะมี 2 แบบ คือ 1) จ่ายคอมมิชชั่นรวม และ 2) จ่ายคอมมิชชั่นแยก ซึ่งจากการศึกษา พบว่า การจ่ายค่าคอมมิชชั่นทั้ง 2 แบบจะส่งผลต่อการ สอนงานของหัวหน้าทีมขายที่ต่างกันดังนี้ บริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ที่มีนโยบายจ่ายคอมมิชชั่น รวม หัวหน้าทีมขายจะมีความทุ่มเทในการสอนงานสูง เพื่อให้พนักงานขายรถยนต์มีผลการ ปฏิบัติงานตามเป้าหมายที่กำหนดในระดับบุคคล และระดับทีมขาย แต่การจ่ายค่าตอบแทนแบบนี้ จะ ส่งผลทำให้พนักงานขายรถยนต์ไม่มีแรงจูงใจในการขายเกินเป้าหมายที่ตนเองรับผิดชอบ ส่วน บริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ที่มีนโยบายจ่ายคอมมิชชั่นแยก หัวหน้าทีมขายจะไม่ทุ่มเทในการสอน งานหากมีการสอนงานก็จะสอนตามมาตรฐานของบริษัท แต่ขาดการชี้แนะที่ตรงจุดที่ทำให้ พนักงานขายรถยนต์มียอดขายที่สูง เนื่องจากหัวหน้าทีมขายต้องมียอดขายที่ตนเองรับผิดชอบ ตามที่บริษัทกำหนด ยิ่งมียอดขายสูงก็จะทำให้ได้รับคอมมิชชั่นสูงตามไปด้วย และยังได้ ผลตอบแทนจากการแนะนำให้ลูกค้าติดตั้งอุปกรณ์เสริมต่าง ๆ จึงทำให้ปัจจัยการสอนงานไม่ สัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน

ปัจจัยด้านการสอนงาน ได้แก่ แรงจูงใจหรือการให้รางวัล การบอกเล่าและแสดง ให้ดู การทดสอบความรู้ ความเข้าใจ การนำความรู้ไปปฏิบัติ การตรวจสอบติดตามการ และให้ ข้อมูลย้อนกลับ ไม่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนการกำหนดวัตถุประสงค์ มีความสัมพันธ์ทางลบกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.05$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -0.154 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สามารถอธิบายความสัมพันธ์ ได้ดังนี้

การกำหนดวัตถุประสงค์ พบว่า มีความสัมพันธ์ทางลบกับผลการปฏิบัติงานของ พนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} = 0.03$) ทั้งนี้เพราะ ในการสอนงานของหัวหน้างานจะให้โอกาสพนักงานขายรถยนต์มีส่วนร่วมใน การกำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายในการสอนงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ แต่ใน ขณะเดียวกันการตั้งเป้าหมายการขายในแต่ละปี จะถูกกำหนดโดยบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ โดย

ในการตั้งเป้าหมายในแต่ละปีจะอ้างอิงจากปีก่อน เพื่อเป็นฐานการขายและกำหนดการเติบโตของบริษัทให้มากขึ้น โดยอาศัยการคาดการณ์จากสถานะเศรษฐกิจ นโยบายรัฐบาล และตามนโยบายของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์แต่ละยี่ห้อ เมื่อบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์กำหนดเป้าหมายรายปีเสร็จสิ้นก็จะนำเป้าหมายนั้นมาเฉลี่ยเป็นรายไตรมาส รายเดือนต่อไป ดังนั้นวัตถุประสงค์การสอนงานจึงต้องปรับเปลี่ยนตามเป้าหมายที่ได้รับในแต่ละเดือน โดยในแต่ละเดือนจะมีการกำหนดเป้าหมายให้กับพนักงานขายรถยนต์แต่ละคนตามความเหมาะสมของจำนวนฐานลูกค้าเดิม และประสิทธิภาพการขาย เป็นต้น ซึ่งทำให้เป้าหมายการขายในแต่ละเดือนของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ไม่เท่ากันพิจารณาจากจำนวนวันทำงาน ฤดูกาล เทศกาลต่าง ๆ ตามความเหมาะสม จากสถานะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วบวกกับราคาน้ำมันที่พุ่งสูงเกือบแตะที่ระดับ 40 บาทต่อลิตร (อ้างอิงใน สยามรัฐ, WWW, 2551) และมีเหตุการณ์ทางการเมืองที่ไม่อาจคาดการณ์ได้ส่งผลทำให้ยอดขายต่ำกว่าเป้าหมายการขายที่ตั้งไว้ ถึงแม้มีการกำหนดวัตถุประสงค์ต่าง ๆ จะเกิดจากการมีส่วนร่วมของพนักงานขาย และได้รับการปรับเปลี่ยนไปอย่างไร หากตลาดไม่เอื้ออำนวยต่อการขายรถยนต์ก็สามารถทำให้รถยนต์ที่ถูกมองว่าเป็นปัจจัยที่ 5 กลายเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ทำให้ประชาชนโดยทั่วไปมีความรอบคอบในการใช้จ่ายมากขึ้น ดังนั้น จากเหตุการณ์ดังกล่าว ผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โดยทั่วไปจะไม่มีการปรับลดเป้าหมายลง ในระหว่างนี้ทำให้พนักงานขายรถยนต์ต้องทำงานอย่างหนัก ถึงแม้จะมีการสอนงานตามวัตถุประสงค์ก็ตาม จึงทำให้พนักงานขายรถยนต์ทำงานบนความเครียดที่ถูกกำหนดจากเป้าหมายรายเดือนที่ส่งผลต่อรายได้ของตนเอง จึงทำให้การกำหนดวัตถุประสงค์มีความสัมพันธ์ทางลบกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ เพราะเมื่อกำหนดเป้าหมายการสอนหรือเป้าหมายการปฏิบัติงานขายที่สูงกลับทำให้ผลการปฏิบัติงานต่ำ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ทางลบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Locke and Latham (1990) ที่กล่าวถึง ความเครียดจากเป้าหมาย ความเครียดของพนักงานที่เกิดจากความล้มเหลวในการที่จะบรรลุเป้าหมายที่ยากเกินไป เพราะเป้าหมายที่มีความยากเกินไปจะสร้างความกดดันอย่างมาก อาจทำให้เกิดความล้มเหลวในการที่จะบรรลุเป้าหมายได้

สมมติฐานที่ 2.1 ปัจจัยด้านการสอนงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานขายของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยด้านการสอนงานไม่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานขายของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} = 0.49$) ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยการสอนงานในการขายรถยนต์ถือมีความสำคัญกับพนักงานขายรถยนต์เป็นอย่างมาก เนื่องพนักงานขายรถยนต์จะต้องได้รับการสอนงานจากผู้ผลิต

ก่อนที่จะขายจริง อาทิเช่น บุคลิกภาพ ขั้นตอนการขาย การสร้างความพึงพอใจ การให้คำแนะนำกับลูกค้า ซึ่งจะมีการสอบและประเมินผลพนักงานทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติ เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติได้อย่างถูกต้องตามขั้นตอน แม้ว่าพนักงานที่ขายรถยนต์ที่มียอดขายแตกต่างกัน แต่จะต้องปฏิบัติให้ได้อย่างถูกต้องตามมาตรฐานที่อ้างอิงจาก JD POWER

เมื่อพนักงานขายรู้ถึงหลักเกณฑ์และกฎระเบียบ รู้จักสินค้าแล้ว และจะต้องผ่านการประเมินผล จึงเริ่มปฏิบัติงานขายจริง พนักงานขายรถยนต์จะต้องใช้ความสามารถของตนเอง ประกอบกันกับสิ่งที่ได้รับการอบรมรวมถึงความรู้ข้อมูลที่ใช้ในการตอบข้อสงสัยของลูกค้า เข้ามาช่วยในการขาย และในการขายแต่ละครั้งพนักงานขายรถยนต์จะต้องปฏิบัติตามเกณฑ์ทั้งที่ผู้ผลิตและผู้แทนจำหน่ายกำหนด ดังนั้นน่าจะกล่าวได้ว่าการสอนงานในเรื่องของการปฏิบัติงาน จึงเป็นเสมือนแนวทางให้กับพนักงานเพื่อให้ปฏิบัติงานได้อย่างถูกวิธีเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งหลังจากการเป็นพนักงานขายรถยนต์แล้ว ในการให้ความรู้เกี่ยวกับงานขาย จะมีอย่างต่อเนื่องขึ้นอยู่กับสถานการณ์ทางการตลาด เช่น รถรุ่นใหม่ หรือ การเปรียบเทียบข้อมูลรถกับคู่แข่งกัน เพื่อให้พนักงานได้ใช้เป็นข้อมูลในการขาย แต่ด้านคุณลักษณะส่วนตัว การวางแผนและการดำเนินงานเกี่ยวกับการขาย จะมีการอบรมให้กับพนักงานขายรถยนต์ในครั้งแรกที่เริ่มก่อนการเป็นพนักงานขายรถยนต์ ซึ่งการปฏิบัติงานนั้นจะต้องใช้เป็นประจำทุกวันอยู่ แต่อาจจะปฏิบัติไม่ครบทุกข้อดังนั้นจึงมีการตรวจสอบจากการประเมินผลพนักงานขายรถยนต์ ซึ่งหัวหน้างานจะเป็นผู้ประเมิน เพื่อเป็นการทบทวนการปฏิบัติงานให้ถูกต้องตามมาตรฐานอยู่เสมอ

สมมติฐานที่ 2.2 ปัจจัยด้านการสอนงาน มีความสัมพันธ์ทางบวก กับความสามารถในการขายของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยด้านการสอนงานไม่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการขายของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} = 0.31$) ทั้งนี้เพราะการสอนงานในงานขายรถยนต์ เป็นกระบวนการที่มีการตั้งเป้าหมายการสอนงาน ให้พนักงานปฏิบัติงานให้ถูกต้องตามมาตรฐานตามขั้นตอนที่บริษัทกำหนด ซึ่งจะเน้นการสอนงานที่จะทำให้พนักงานขายรถยนต์ปฏิบัติต่อลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด (ตามมาตรฐาน JD POWER) แต่การสอนงานที่เกิดขึ้นขาดการเน้นที่ทำให้พนักงานขายรถยนต์สามารถสร้างยอดขายได้ตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายกำหนด ถึงแม้พนักงานขายรถยนต์ที่ได้รับการสอนงานน้อย แต่มีทักษะในการขายที่ดีมีฐานลูกค้า รู้ช่องทางการขายหรือเทคนิคการปิดการขายที่ตรงจุดก็สามารถสร้างยอดขายได้ หรืออาจกล่าวได้ว่างานขายรถยนต์มีการขับเคลื่อนผลงานด้วยเป้าหมายการขายและการบริการ หากพนักงานขายรถยนต์ต้องการความอยู่รอดในอาชีพนี้ ต้องสามารถรักษาระดับมาตรฐานการขายและการบริการให้ได้

การตั้งเป้าหมายการขาย เริ่มจากบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์รับเป้าหมายการขายจากบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ ซึ่งมีเป้าหมายการขายที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี (ยอดขายจากปีที่แล้ว, สถานะเศรษฐกิจ, การเมือง) จากเป้าหมายการขายที่ได้รับ บริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์จะมีการกำหนดเป้าหมายการขายในแต่ละเดือน (ในแต่ละเดือนเป้าหมายการขายจะไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับเทศกาล, ฤดูกาล, จำนวนวันทำงาน, การวางแผนโปรโมชั่น) และแบ่งเป้าหมายให้กับหัวหน้าทีมขาย โดยหัวหน้าทีมขายจะกำหนดเป้าหมายการให้แก่งานแต่ละคน (มีมาตรฐานการขาย และดูจากความสามารถในการขาย) ซึ่งจะสังเกตได้ว่าการกำหนดเป้าหมายการขายจะเป็นรูปแบบการบังคับให้เป็นไปตามมาตรฐานการขายหรือตามยอดขายที่ได้รับมากกว่าการสร้างแรงจูงใจให้พนักงานขายรถยนต์อยากปฏิบัติงาน และเป็นปัจจัยที่ส่งผลงานขายอย่างมาก เพราะถึงแม้ว่าพนักงานขายรถยนต์จะได้รับการสอนงานมากหรือน้อย แต่หากถูกกำหนดผลงานด้วยเป้าหมายการขายที่ตนรับผิดชอบในแต่ละเดือน พนักงานขายรถยนต์ก็ต้องพยายามสร้างผลงานให้ได้ตามเป้าหมายที่กำหนด เพราะถ้าผลงานไม่ผ่านเป้าหมาย 3 เดือน พนักงานขายรถยนต์จะถูกพิจารณาให้ออกจากงาน จึงทำให้ผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับสูง แต่ไม่สัมพันธ์กับระดับการสอนงาน เพราะพนักงานขายรถยนต์จะได้รับการสอนงานมากหรือน้อยก็จะมีผลงานตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนด

ระบบการให้ผลตอบแทนของหัวหน้าทีมขายจะถูกแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ เงินเดือน คอมมิชชั่นจากการขาย และคอมมิชชั่นจากยอดขายลูกทีม ซึ่งจากผลตอบแทนที่ได้รับพบว่าคอมมิชชั่นจากการขายให้ผลตอบแทนมากกว่าเงินเดือนและคอมมิชชั่นจากยอดขายลูกทีม จึงทำให้หัวหน้าทีมขาย มุ่งสร้างยอดขายของตนเอง เพราะได้ผลตอบแทนสูงกว่าการสอนให้พนักงานขายรถยนต์ได้ และยังได้ผลตอบแทนจากการแนะนำให้ลูกค้าติดตั้งอุปกรณ์เสริมต่าง ๆ ส่วนการสอนงานลูกทีมจะสอนงานตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนดขึ้น แต่ขาดการสอนงานหรือบอกเทคนิค และช่องทางการขายให้แก่งานพนักงานขายรถยนต์ที่สามารถทำให้ลูกค้าและปิดทำการปิดการขายได้สำเร็จ จึงทำให้ระดับการสอนงานอยู่ในระดับสูง แต่ไม่สัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ความสามารถของตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองไม่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน เนื่องจากพนักงานขายรถยนต์ได้ผ่านระบบการฝึกอบรมตั้งแต่การคัดเลือกเป็นพนักงานขายรถยนต์ ที่มีการทดสอบมาตรฐานการขาย ที่ประกอบไปด้วยทักษะการขายและความรู้เกี่ยวกับรถยนต์ จึงทำให้พนักงานขายรถยนต์เกิดความเชื่อมั่นในความรู้ ความสามารถของตนเองว่าตนสามารถปฏิบัติงานขายได้อย่างถูกต้องตรงตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนด ซึ่งในธุรกิจจำหน่าย

รถยนต์ให้ความสำคัญกับมาตรฐานการขายมากที่สุด เพราะต้องแข่งขันกันสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า เนื่องจากรถยนต์เป็นสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต และมีราคาแพง ลูกค้าต้องมีความพร้อม และมีความต้องการซื้ออย่างแท้จริงจึงตัดสินใจซื้อรถยนต์แต่ละคัน ซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่ารถยนต์เป็นสินค้าที่ขายได้ด้วยตัวมันเอง บริษัทผู้ผลิตจึงมีการสร้างภาพลักษณ์ และการตอกย้ำ Brand เพื่อให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ และสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ โดยลักษณะการเข้ามาซื้อรถยนต์ของลูกค้าจะมี 2 ลักษณะ คือ 1. ลูกค้าที่จงรักภักดีต่อตราสินค้า ที่มีความต้องการและตั้งใจเข้ามาซื้อสินค้า และ 2. ลูกค้าที่ต้องการเปรียบเทียบซื้อสินค้า โดยทำการเปรียบเทียบรูปลักษณ์ คุณสมบัติ สมรรถนะ และศูนย์บริการ ก่อนการตัดสินใจซื้อ โดยพนักงานขายรถยนต์จะเป็นผู้แนะนำ อธิบายรายละเอียด และตอบข้อสงสัยของลูกค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนด จึงทำให้พนักงานขายรถยนต์ มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองอยู่ในระดับสูง ซึ่งแตกต่างกับพนักงานขายในระบบขายตรง เช่น ธุรกิจเครื่องสำอาง เครื่องใช้ไฟฟ้า อาหารเสริม ที่ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยที่ไม่มีความจำเป็นในการดำรงชีวิต พนักงานขายรถยนต์จึงต้องพยายามอธิบายและพูดชักจูงลูกค้าให้เห็นถึงความสำคัญในสินค้านั้น เพื่อให้ลูกค้าเห็นถึงความจำเป็น เล็งเห็นประโยชน์ที่ได้รับ และตัดสินใจซื้อ จึงทำให้พนักงานขายรถยนต์ต้องมีความเชื่อมั่นในตนเองอย่างมาก และมีผลต่อแรงผลักดันในตนเองในการสร้างผลการปฏิบัติงานเป็นอย่างมาก ซึ่งแตกต่างกับผลิตภัณฑ์รถยนต์ที่เป็นสินค้าที่สามารถขายได้ด้วยตัวมันเอง ถึงแม้ว่าพนักงานขายรถยนต์จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองมากน้อยเพียงใดก็ไม่มีผลต่อการปฏิบัติงาน

อีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การรับรู้ความสามารถของตนเองไม่สัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน คือ ระบบการบริหารทีมขาย ที่มีหัวหน้าทีมขายเป็นผู้ดูแลและบริหารงาน ซึ่งจะเป็นผู้แบ่งเป้าหมายการขายให้พนักงานขายรถยนต์แต่ละคนตามความสามารถ และเป็นผู้ประเมินผลการปฏิบัติงาน ในช่วงแรกหากพนักงานขายรถยนต์มีผลการปฏิบัติงานไม่ตรงตามเป้าหมายแต่ตรงตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนดก็จะได้รับการช่วยเหลือ โดยการเกลี้ยขมวดจากพนักงานขายรถยนต์ที่มียอดขายเกินเป้าหมายหรือจากยอดขายของหัวหน้าทีมขายเอง จึงทำให้พนักงานขายรถยนต์ที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองมากน้อยเพียงใดก็ไม่มีผลต่อการปฏิบัติงาน เพราะผลการปฏิบัติงานต้องเป็นไปตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนด

ในการพิจารณาผลการศึกษาในองค์ประกอบการรับรู้ความสามารถของตนเอง พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ผลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่เกิดจากแหล่งที่มาของการรับรู้ความสามารถของตนเอง ด้านประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ การได้เห็นต้นแบบ การใช้คำพูดชักจูงจากผู้อื่น การกระตุ้นทางอารมณ์ และการรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขาย ด้านการเตรียมตัวก่อนเข้าพบ

ลูกค้า การเข้าพบลูกค้า การนำเสนอสินค้า และการบริการหลังการขาย ไม่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนการรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขาย ด้านการแสวงหาลูกค้า การจัดซื้อได้แย่ง การปิดการขาย มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ($p\text{-value} < 0.05$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.14, 0.14, 0.18 ทั้งนี้เพราะพนักงานขายแต่ละคนมีการรับรู้ความสามารถของตนเองต่อกระบวนการขายที่แตกต่างกัน จึงทำให้เกิดความคาดหวังในการทำงานแตกต่างกันไปด้วย นั่นคือ พนักงานขายมีการรับรู้ความสามารถของตนเองต่อกระบวนการขายสูง ก็จะมีคาดหวังอย่างมากว่าตนเองมีความสามารถในการปฏิบัติงานสูง ส่วนพนักงานขายที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำ ก็อาจคิดว่าตนเองไม่มีความสามารถในการปฏิบัติงานตามที่บริษัทกำหนด ซึ่งการที่พนักงานขายรับรู้ความสามารถของตนเอง แล้วทำให้เกิดความคาดหวังมีผลต่อพฤติกรรมหรือการผลิที่ส่งผลต่อระดับการปฏิบัติงาน ความเชื่อในความสามารถของตนเองสามารถดูได้จากความรู้สึกของบุคคล การคิด แรงจูงใจ และพฤติกรรมที่แสดงออกอันหมายถึงประสิทธิภาพของการทำงานนั่นเอง ทั้งนี้เพราะการรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นกลไกทางสติปัญญาที่สำคัญประการหนึ่งของบุคคล เพราะเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคล (Bandura, 1994) เนื่องจากการรับรู้ความสามารถของตนเองจะช่วยให้บุคคลไม่รู้สึกท้อถอยล้มเหลว และทำให้เกิดความเพียรพยายามไม่ท้อถอยเมื่อพบอุปสรรค ยิ่งบุคคลมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในระดับสูงจะยังมีความพยายาม และกระตือรือร้นในการทำงานมากขึ้น และการที่บุคคลใช้ความพยายาม มุมานะในการทำงานอย่างเต็มที่ตลอดเวลาเข้าก็มีแนวโน้มที่จะทำงานได้ประสบความสำเร็จสูง ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Bandura (1994) ที่ว่าการรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นความเชื่อของบุคคลที่ตัดสินใจเกี่ยวกับความสามารถของตนเองในการผลิตหรือกระทำพฤติกรรมที่ส่งผลต่อระดับการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Gordon (1999) ที่ว่าการรับรู้ความสามารถของตนเองในการปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จได้หรือไม่ ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ความยากของเป้าหมาย ความผูกพันต่อเป้าหมาย และงานที่พนักงานเลือก ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Gist, Schwoerer and Rosen (1989) พบว่า ผู้ที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้คอมพิวเตอร์สูง จะมีผลการใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์อยู่ในระดับสูง ซึ่งแตกต่างจากผู้ที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้คอมพิวเตอร์ต่ำ จะมีผลการใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์อยู่ในระดับต่ำ สอดคล้องกับการศึกษาของ Hall (2000) พบว่า บุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองที่จะประสบความสำเร็จในการทำงานสูง จะมีวิธีที่จะจัดการกับความท้าทายและอุปสรรคต่าง ๆ ที่พวก

เขาเผชิญอยู่ให้ประสบความสำเร็จในการทำงาน และพวกเขาจะพัฒนากลยุทธ์ทั้งหมดที่จะช่วยให้พวกเขาประสบความสำเร็จมากขึ้น จากงานวิจัยสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับพนักงานขายที่มีการรับรู้ความสามารถของตนในการปฏิบัติงานว่าตนเองสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายได้หรือไม่ และมีความมั่นใจระดับใดในกระบวนการขายสินค้า สอดคล้องกับการศึกษาของ Hellriegel and Woodsman (1998) พบว่า ในการประกวดยอดขาย พนักงานขายที่มีความเชื่อมั่นในระดับต่ำจะไม่คิดว่าเป็นความท้าทายหรือเป็นเป้าหมายที่ไปถึงได้ พนักงานเหล่านี้ไม่ใช่ ขี้เกียจ แต่มักจะคิดว่าต้องล้มเหลวก่อนไปถึงเป้าหมาย ในขณะที่พนักงานที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองอยู่ในระดับสูง จะคิดว่าเขาจะต้องทำได้และถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งสามารถเป็นตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพของพนักงานขายได้ นอกจากนี้ยังพบว่าผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ วัลภา สบายยิ่ง (2542) พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของผู้จำหน่ายตรง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถอธิบายความสัมพันธ์ในแต่ละด้าน ได้ดังนี้

ด้านการแสวงหาลูกค้า พบว่า มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ที่ระดับสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} = 0.048$) ทั้งนี้เพราะการแสวงหาลูกค้าถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการขาย ที่พนักงานขายจะต้องจำแนกกลุ่มลูกค้า เพื่อให้ทราบว่าลูกค้ากลุ่มที่คาดหวังเป็นใคร เพื่อสามารถเข้าพบลูกค้าหรือเปิดการขายได้ ดังนั้น พนักงานขายที่มีความเชื่อมั่นในการแสวงหาลูกค้าสูง ก็จะสามารถจำแนกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของตนเองได้มาก ซึ่งจะส่งให้พนักงานขายสามารถปฏิบัติงานตามกระบวนการขายในขั้นต่อไปได้ ซึ่งสามารถอธิบายได้จากทฤษฎีการรับรู้ความสามารถของตนเอง ในส่วนของผลของการรับรู้ความสามารถของตนเองต่อบุคคล ในการใช้ความพยายามและความมุ่งมั่นในการทำงาน (Effort Expenditure and Persistence) เพราะการรับรู้ความสามารถของตนเองของบุคคลนั้น เป็นตัวกำหนดว่าเขาจะต้องใช้ความพยายามเท่าไร และจะต้องใช้ความมุ่งมั่นพยายามที่จะเผชิญกับอุปสรรคต่าง ๆ หรือประสบการณ์ที่ไม่พึงพอใจไปอีกนานเท่าใด เมื่อเผชิญกับอุปสรรคต่าง ๆ บุคคลซึ่งมีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูง จะมีความกระตือรือร้นและจะใช้ความพยายาม ความมุ่งมั่นในการทำงานมากกว่าคนที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำ และการที่บุคคลใช้ความพยายามและความมุ่งมั่นในการทำงานอย่างเต็มที่ตลอดเวลาบุคคลนั้นก็มีแนวโน้มที่จะทำงานได้ประสบความสำเร็จสูง (Bandura, 1986) จึงทำให้การรับรู้ความสามารถของตนเองในการแสวงหาลูกค้ามีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน

การจัดซื้อโต้แย้ง พบว่า มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} = 0.035$) ทั้งนี้เพราะ การจัดซื้อโต้แย้งเป็นกระบวนการขายที่จัดซื้อสงสัยหรือปัญหาที่ลูกค้าเกิดคำถาม รวมทั้งผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ พนักงานขายต้องมีการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับความรู้รถยนต์แต่ละรุ่น และของกลุ่มแข่งขัน โปรโมชันต่าง ๆ เพื่อสามารถให้ลูกค้าเกิดการเปรียบเทียบและตัดสินใจซื้อ จากความสำคัญในช่วงต้น พนักงานขายรถยนต์ที่มีความเชื่อมั่นในการจัดซื้อโต้แย้งสูง จะสามารถตอบข้อซักถามของลูกค้าได้ ซึ่งสามารถอธิบาย ได้จากทฤษฎีการรับรู้ความสามารถของตนเองในส่วนของแบบแผนความคิดและการตอบสนองทางอารมณ์ (Thought Patterns and Emotion Reaction) การรับรู้ความสามารถของตนเองจะมีอิทธิพลต่อกระบวนการคิดและปฏิกิริยาทางอารมณ์ของบุคคลในขณะที่กระทำพฤติกรรม และมีผลต่อการคาดคะเนเกี่ยวกับการจัดการสภาพแวดล้อมในภายหน้าของเขา บุคคลซึ่งรับรู้ว่าคุณมีความสามารถสูงจะมีความพยายามและเอาใจใส่ในการกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ มาก และเมื่อพบอุปสรรคต่าง ๆ บุคคลก็จะกระตุ้นตนเองให้ใช้ความพยายามมากยิ่งขึ้น ส่วนบุคคลที่รับรู้ว่าคุณมีความสามารถต่ำ มีแนวโน้มที่จะมีปฏิกิริยาทางอารมณ์ต่อตนเองทางลบ เช่น ไม่มีความสุข มีความหวาดหวั่น มีความเครียดสูง และเขาจะกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ อย่างไม่เต็มความสามารถ อันจะส่งผลให้บุคคลประสบกับความล้มเหลวในการกระทำพฤติกรรมมากยิ่งขึ้น (Bandura, 1986) จึงทำให้การรับรู้ความสามารถของตนเองในการจัดซื้อโต้แย้งมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน

การปิดการขาย พบว่า มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} = 0.008$) ทั้งนี้เพราะการปิดการขายถือเป็นกระบวนการสิ้นสุดการขาย ที่จะต้องอาศัยความสามารถและทักษะของพนักงานขายรถยนต์เป็นอย่างมากในการดูว่าลูกค้ามีความพอใจหรือสนใจเพียงพอที่จะซื้อสินค้าหรือยัง จึงทำให้การปิดการขายขึ้นอยู่กับจังหวะและเวลา ไม่สามารถระบุเวลาที่ใช้ในการขายสำหรับลูกค้าแต่ละรายได้ นอกจากนั้นพนักงานขายรถยนต์ต้องมีความเชื่อมั่นในตนเอง ซึ่งเกิดจากความรู้ในสินค้าของตนเองเป็นอย่างดี เช่น รถมีกี่รุ่นกี่แบบ มีข้อแตกต่างจากคู่แข่งอย่างไร ทราบโปรโมชันคู่แข่งกัน และการแก้ไขปัญหาการใช้งานรถยนต์ของลูกค้าที่เกิดจากใช้งานจากรุ่นที่เคยใช้มา หรือการดีแลกรถเก่าให้ลูกค้าพอใจราคาได้มากที่สุด การมีข้อมูลของไฟแนนซ์ ดอกเบี้ยในปัจจุบัน เพื่อเป็นข้อมูลชักจูงใจให้ลูกค้าสนใจตกลงที่จะซื้อรถที่ตัวแทนนั้น ๆ การที่จะสร้างความเชื่อมั่นให้พนักงานขายสามารถปิดงานได้ต้องอาศัยการสนับสนุนจากบริษัทฯ เช่น การส่งเสริมการขาย ส่วนลดต่าง ๆ ที่มากกว่าคู่แข่งกัน รวมถึงต้องอาศัยการสังเกตอากัปกริยาของ ซึ่งสามารถอธิบายได้จากทฤษฎีการรับรู้ความสามารถของตนเอง ในส่วนของผลของการรับรู้

ความสามารถของตนเองต่อบุคคล ในการใช้ความพยายามและความมุ่งมั่นในการทำงาน (Effort Expenditure and Persistence) เพราะการรับรู้ความสามารถของตนเองของบุคคลนั้นเป็นตัวกำหนดว่าเขาจะต้องใช้ความพยายามเท่าไร และจะต้องใช้ความมุ่งมั่นพยายามที่จะเผชิญกับอุปสรรคต่าง ๆ หรือประสบการณ์ที่ไม่พึงพอใจไปอีกนานเท่าใด เมื่อเผชิญกับอุปสรรคต่าง ๆ บุคคลซึ่งมีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูง จะมีความกระตือรือร้นและจะใช้ความพยายาม ความมุ่งมั่นในการทำงานมากกว่าคนที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำ และการที่บุคคลใช้ความพยายามและความมุ่งมั่นในการทำงานอย่างเต็มที่ตลอดเวลาบุคคลนั้นก็มีความมั่นใจที่จะทำงานได้ประสบความสำเร็จสูง (Bandura, 1986) จึงทำให้การรับรู้ความสามารถของตนเองในการปิดการขายมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน

สมมติฐานที่ 3.1 การรับรู้ความสามารถของตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานขายของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองไม่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานขาย เนื่องจากการรับรู้ความสามารถของตนเองถือว่ามีผลสำคัญในการขายเช่นกัน พนักงานขายรถยนต์ที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูงจะสามารถแก้ไขสถานการณ์และลำดับความสำคัญในการปฏิบัติงานได้ดี ดังนั้นผู้แทนจำหน่ายจึงต้องมีเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานที่มีความสามารถมีความเชื่อมั่นในการขาย และมีความพร้อมที่จะเรียนรู้ในสิ่งใหม่ และจะต้องมีใจรักในการขายแล้ว ยังจะต้องดูถึงบุคลิกภาพ ด้านความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ความมั่นใจในตนเอง การแก้ไขสถานการณ์ที่ดีซึ่งสิ่งเหล่านี้ผู้แทนจำหน่ายจะสามารถมองเห็นถึงความสามารถในการขายของพนักงานได้ตั้งแต่การคัดสรรบุคลากร

เมื่อได้บุคลากรที่ตรงตามมาตรฐานแล้ว ในการฝึกอบรมพัฒนาให้กับพนักงานขายรถยนต์ย่อมเกิดผลสูงสุดเช่นเดียวกัน ดังนั้นเมื่อมีการถ่ายทอดความรู้ให้กับพนักงานขายรถยนต์ ไม่ว่าจะเป็นการอบรมหรือการสอนงานจากหัวหน้างาน จึงเป็นสิ่งที่เสริมความสามารถในตัวของพนักงานขายรถยนต์ให้เกิดความมั่นใจในการขายมากขึ้น ดังนั้นเมื่อผู้ผลิตได้อบรมมาตรฐานให้กับพนักงานขายรถยนต์ไม่ว่าจะเป็นความรู้ในการขาย บุคลิกภาพที่ดีของพนักงาน การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และขั้นตอนการขาย ฯลฯ เหล่านี้ จึงเป็นสิ่งที่ผู้ผลิตให้กำหนดการปฏิบัติงานของพนักงานให้เป็นไปตามมาตรฐานของผู้ผลิต จึงอาจจะกล่าวได้ว่า พนักงานขายรถยนต์ใช้ความสามารถในตัวเองขายตามมาตรฐานของผู้ผลิต

จากขั้นตอนดังกล่าวล้วนทำให้พนักงานขายรถยนต์ มีการรับรู้ความสามารถของตนเอง แต่กลับไม่มีความสัมพันธ์กับผลแต่การปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ เนื่องจากพนักงานขายรถยนต์ต้องปฏิบัติตามมาตรฐานซึ่งจะถูกประเมินจากหัวหน้างานตามเกณฑ์ที่ผู้ผลิต

กำหนดขึ้น และเมื่อพนักงานขายรถยนต์ถูกประเมินผลการปฏิบัติงานก็จะมีผลกับการทำงาน เช่น สถานภาพการทำงาน เงินเดือน คอมมิชชั่นในการขาย แต่ผู้แทนจำหน่ายจะกำหนดขึ้น ดังนั้น หากพนักงานที่มีการรับรู้ความสามารถตนเองไม่ว่าสูงหรือต่ำก็ต้องปฏิบัติให้ได้ตามมาตรฐาน เช่นกัน

สมมติฐานที่ 3.2 การรับรู้ความสามารถของตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสามารถในการขายของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองไม่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการขาย เนื่องจากพนักงานขายรถยนต์ได้ผ่านระบบการฝึกอบรมตั้งแต่การคัดเลือกเป็นพนักงานขายรถยนต์ ที่มีการทดสอบมาตรฐานการขาย ที่ประกอบไปด้วยทักษะการขายและความรู้เกี่ยวกับรถยนต์ จึงทำให้พนักงานขายรถยนต์เกิดความเชื่อมั่นในความรู้ ความสามารถของตนเองว่าตนสามารถปฏิบัติงานขายได้อย่างถูกต้องตรงตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนด ซึ่งในธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ให้ความสำคัญกับมาตรฐานการขายมากที่สุด เพราะต้องแข่งขันกันสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า เนื่องจากรถยนต์เป็นสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต และมีราคาแพง ลูกค้าต้องมีความพร้อม และมีความต้องการซื้ออย่างแท้จริงจึงตัดสินใจซื้อรถยนต์แต่ละคัน ซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่ารถยนต์เป็นสินค้าที่ขายได้ด้วยตัวมันเอง บริษัทผู้ผลิตจึงมีการสร้างภาพลักษณ์ และการตอกย้ำ Brand เพื่อให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ และสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ โดยลักษณะการเข้ามาซื้อรถยนต์ของลูกค้าจะมี 2 ลักษณะ คือ 1. ลูกค้าที่จงรักภักดีต่อตราสินค้า ที่มีความต้องการและตั้งใจเข้ามาซื้อสินค้า และ 2. ลูกค้าที่ต้องการเปรียบเทียบซื้อสินค้า โดยทำการเปรียบเทียบรูปลักษณ์ คุณสมบัติ สมรรถนะ และศูนย์บริการ ก่อนการตัดสินใจซื้อ โดยพนักงานขายรถยนต์จะเป็นผู้แนะนำ อธิบายรายละเอียด และตอบข้อสงสัยของลูกค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนด จึงทำให้พนักงานขายรถยนต์มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองอยู่ในระดับสูง ซึ่งแตกต่างกับพนักงานขายรถยนต์ในระบบขายตรง เช่น ธุรกิจเครื่องสำอาง เครื่องใช้ไฟฟ้า อาหารเสริม ที่ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยที่ไม่มีความจำเป็นในการดำรงชีวิต พนักงานขายรถยนต์จึงต้องพยายามอธิบายและพูดชักจูงลูกค้าให้เห็นถึงความสำคัญในสินค้านั้น เพื่อให้ลูกค้าเห็นถึงความจำเป็น เล็งเห็นประโยชน์ที่ได้รับ และตัดสินใจซื้อ จึงทำให้พนักงานขายรถยนต์ต้องมีความเชื่อมั่นในตนเองอย่างมาก และมีผลต่อแรงผลักดันในตนเองในการสร้างผลการปฏิบัติงานเป็นอย่างมาก ซึ่งแตกต่างกับผลิตภัณฑ์รถยนต์ที่เป็นสินค้าที่สามารถขายได้ด้วยตัวมันเอง ถึงแม้ว่าพนักงานขายรถยนต์จะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองมากน้อยเพียงใดก็ไม่มีผลต่อการปฏิบัติงาน

อีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การรับรู้ความสามารถของตนเองไม่สัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน คือ ระบบการบริหารทีมขาย ที่มีหัวหน้าทีมขายเป็นผู้ดูแลและบริหารงาน ซึ่งจะเป็นผู้แบ่งเป้าหมายการขายให้พนักงานขายรถยนต์แต่ละคนตามความสามารถ และเป็นผู้ประเมินผลการปฏิบัติงาน ในช่วงแรกหากพนักงานขายรถยนต์มีผลการปฏิบัติงานไม่ตรงตามเป้าหมายแต่ตรงตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนดก็จะได้รับการช่วยเหลือ โดยการเกลี้ยขมจากพนักงานขายรถยนต์ที่มียอดขายเกินเป้าหมายหรือจากยอดขายของหัวหน้าทีมขายเอง จึงทำให้พนักงานขายรถยนต์ที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองมาน้อยเพียงใดก็ไม่มีผลต่อการปฏิบัติงาน เพราะผลการปฏิบัติงานต้องเป็นไปตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนด

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ วิเคราะห์โดยสเกลอยพหุคูณแบบขั้นตอนจากการศึกษา พบว่า ตัวแปรอิสระที่เข้าสมการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ การรับรู้ความสามารถของตนเองด้าน การปิดการขาย (SE close) ปัจจัยด้านการสอนงานด้าน การกำหนดวัตถุประสงค์ (CH object) และการบอกเล่าและแสดงให้ดู (CH tall) โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ได้ร้อยละ 9.30 ทั้งนี้เพราะ องค์ประกอบของปัจจัยด้านการสอนงาน และองค์ประกอบของการรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขายเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ โดยในขั้นตอนการตั้งเป้าหมายการขายให้พนักงานขายรถยนต์แต่ละคนนั้น ผู้แทนจำหน่ายรถยนต์จะต้องทดสอบการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ว่าผ่านมาตรฐาน ไม่ว่าจะเป็นการทดสอบทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติก่อนการขายจริง ซึ่งในแต่ละกระบวนการจนกระทั่งถึงการเป็นพนักงานขายรถยนต์ในช่วงนี้ หัวหน้าทีมขายหรือผู้จัดการ จะเป็นผู้พิจารณาให้พนักงานขายรถยนต์ว่าจะได้รับเป้าหมายการขายมากน้อยเท่าไร ซึ่งจะขึ้นอยู่กับคะแนนการประเมินผลการปฏิบัติงาน และพิจารณาถึงการรับรู้ความสามารถของตนเองของพนักงานขายรถยนต์ ซึ่งการรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นปัจจัยด้านสถานการณ์อย่างหนึ่งที่ส่งผลต่อความสามารถในการปฏิบัติงาน โดยจะทำให้พนักงานขายรถยนต์มีความพึงพอใจ และสร้างแรงจูงใจในการทำงาน ทำให้พนักงานขายรถยนต์ทำงานอย่างเต็มที่ และเต็มศักยภาพของตนเอง โดยลักษณะงานที่พนักงานขายรถยนต์รับรู้ว่าตนเองสามารถทำได้ จะทำให้พนักงานขายรถยนต์เกิดความทุ่มเทให้กับงาน หรือพยายามทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จึงส่งผลให้ความสามารถในการ

ปฏิบัติงานสูงขึ้นด้วย และหากพนักงานขายรถยนต์ได้รับการสอนงาน และเห็นแบบอย่าง ก็จะมี เป็นการเพิ่มความมั่นใจให้พนักงานรถยนต์ และเมื่อได้ขายจริง พนักงานขายรถยนต์ก็จะไม่รู้สึก กัดค้นเพราะเมื่อได้รับเป้าหมายการขาย พนักงานขายรถยนต์ก็สามารถปฏิบัติได้ตามเป้าหมายที่ วางไว้ เมื่อปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายย่อมมีรายได้ที่เกิดขึ้น ยิ่งส่งผลให้พนักงานมีการรับรู้ ความสามารถของตนเองขึ้นเป็นลำดับ ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Judge and Bono (2001) พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองสามารถทำนายผลการปฏิบัติงานได้ และ สอดคล้องกับการศึกษา Ostergren (1992 อ้างถึงใน พรทิพย์, 2546) พบว่า การรับรู้ ความสามารถของตนเองใช้เป็นตัวทำนายผลความสามารถทางด้านภาษาได้อย่างดี

สมมติฐานที่ 4.1 ปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองมี อิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานขาย

การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเอง ไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานขายของพนักงานขายรถยนต์ เนื่องจากผลการปฏิบัติงานของ พนักงานขายรถยนต์ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของ บุคลิกภาพ ความรู้ในงานขายทั้งในเรื่องของสินค้า หรือมาตรฐานการบริการ และการวางแผนการดำเนินการการขายในแต่ละขั้นตอน นั้นล้วนแล้วแต่ มีมาตรฐานที่ผู้ผลิตกำหนดมาเป็นแนวทางทั้งสิ้น ซึ่งแนวทางนี้จะส่งไปยังผู้แทนจำหน่ายให้ติดตาม ประเมินผลพนักงานขายของตนเองว่าได้ปฏิบัติตามหรือไม่ ฉะนั้นเมื่อมีการสอนงานจากหัวหน้า งานให้กับพนักงานขายก็จะเป็นแนวทางให้ทำตามแบบที่ตั้งไว้ เพราะผู้ผลิตจะต้องสร้างมาตรฐาน การทำงานให้เป็นแบบเดียวกันทุกที่ เพื่อที่จะได้สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าที่เข้ามาซื้อรถยนต์ที่ ไหนก็ตามย่อมได้รับทั้งสินค้าและบริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งเมื่อเป็นเช่นนี้การรับรู้ ความสามารถของพนักงานจะไม่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานขายเช่นกัน เพราะพนักงานจะรับรู้ว่ ต้องปฏิบัติตามมาตรฐานตามขั้นตอน ต้องมีบุคลิกภาพตามข้อกำหนด เช่น พนักงานจะต้องแต่งกาย สะอาด เสื้อผ้าทรงผมดูไม่รุงรัง ต้องติดป้ายชื่อ ใส่สูททุกครั้งเมื่ออยู่บนโชว์รูม ต้องมีการ แนะนำตนเองพร้อมแฉกนามให้ลูกค้าทุกครั้ง หรือในเรื่องของการวางแผน จะมีแบบฟอร์มจากผู้ผลิตส่งมาให้ดำเนินการตามหรือใส่ตามเกณฑ์ที่ทางผู้ผลิตกำหนด เช่นต้องออกไปหาลูกค้าเพื่อ สอบถามความพึงพอใจการใช้รถ อาทิตย์ละ 3 ครั้งเป็นอย่างน้อย ให้พนักงานได้ปฏิบัติตามและมีการประเมินผลจากผู้แทนจำหน่ายเอง และผู้แทนจำหน่ายเองก็จะถูกประเมินจากผู้ผลิตอีกครั้ง ให้ ปฏิบัติตามมาตรฐานที่ถูกกำหนดขึ้น เช่นนี้เองทำให้ปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ ความสามารถของตนเองไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานขาย เนื่องจากพนักงานต้องปฏิบัติตาม มาตรฐานที่ถูกกำหนดมาอยู่แล้ว

สมมติฐานที่ 4.2 ปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลต่อความสามารถในการขาย

การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีอิทธิพลต่อความสามารถในการขายของพนักงานขายรถยนต์ วิเคราะห์โดยสคริปต์พหุคูณแบบขั้นตอน จากการศึกษา พบว่า ตัวแปรอิสระที่เข้าสมการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านการสอนงานด้านแรงจูงใจหรือการรางวัล (CH motivation) การทดสอบ (CH test) การกำหนดวัตถุประสงค์ (CH object) และการปิดการขาย (SE close) โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ความสามารถในการขายของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ได้ร้อยละ 9.10 ทั้งนี้เพราะองค์ประกอบของปัจจัยด้านการสอนงาน และองค์ประกอบของการรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขายเป็นเพียงปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการขายของพนักงานขายรถยนต์ โดยมีแรงจูงใจหรือการรางวัลเป็นส่วนที่ส่งผลให้พนักงานเกิดความกระตือรือร้น จูงใจให้พนักงานขายรถยนต์ปฏิบัติงาน รวมทั้งการมีวัตถุประสงค์ในการสอนงานที่ชัดเจน ซึ่งควรที่จะต้องมุ่งเน้นไปที่การกระตุ้นยอดขาย หากเน้นไปที่มาตรฐานการปฏิบัติงานจะไม่ส่งผลต่อยอดขาย และมีการทดสอบอย่างต่อเนื่องตั้งแต่การฝึกอบรมเป็นพนักงานขายรถยนต์ก็จะส่งผลการปฏิบัติงาน และช่วยรักษามาตรฐานของยอดขายไว้ นอกจากองค์ประกอบของปัจจัยการสอนงานแล้ว หากพนักงานขายรถยนต์มีการรับรู้ความสามารถของตนในกระบวนการขายด้านการปิดการขาย โดยเชื่อมั่นว่าตนสามารถปิดการขายได้ก็ยิ่งจะส่งผลให้พนักงานขายรถยนต์มียอดขายที่สูงขึ้น ซึ่งทำให้มีอิทธิพลต่อความสามารถในการขาย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการได้รับการสอนงาน การรับรู้ความสามารถของตนเอง และผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ และเพื่อศึกษาปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง โดยมีประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือพนักงานขายรถยนต์ที่ปฏิบัติงานมากกว่า 4 เดือนขึ้นไป ในสำนักงานใหญ่ของบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ 8 ยี่ห้อ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ทั้ง 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ ซึ่งเป็นการทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรในการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณด้วยสูตรแบบทราบจำนวนประชากรของ Taro Yamane (1970 อ้างถึงใน ประคอง, 2542) ได้กลุ่มตัวอย่าง 200 คน และทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบการเลือกแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) และทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยพนักงานขายรถยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างมีโอกาสถูกเลือกเท่ากัน ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 2 ชุด คือ แบบสอบถามชุดที่ 1 สำหรับพนักงานขาย โดยเนื้อเกี่ยวกับการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเอง และแบบสอบถามชุดที่ 2 สำหรับหัวหน้าทีมขาย มีเนื้อหาเกี่ยวกับการประเมินผลการปฏิบัติงานขาย และการประเมินความสามารถในการขาย ซึ่งใช้สถิติในการวิจัยดังนี้ การวิเคราะห์เพื่ออธิบายระดับการได้รับการสอนงาน การรับรู้ความสามารถของตนเอง และผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลกับผลการปฏิบัติงาน สถิติที่ใช้คือ ค่า Z- test และ F-test (One-Way ANOVA) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการ

สอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองกับผลการปฏิบัติงานงาน สถิติที่ใช้คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ สถิติที่ใช้คือ การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ตามสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และสถานภาพ ไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ แต่ อายุ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่จบการศึกษา ประสบการณ์ในงานขาย และระยะเวลาการปฏิบัติงาน มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

1. สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายรถยนต์ ในด้านเพศ สาขาวิชา และประสบการณ์ ที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

ผลการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ระหว่างเพศ สาขาวิชา และประสบการณ์ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชาย มีค่าเฉลี่ยผลการปฏิบัติงานสูงกว่าเพศหญิง ($p\text{-value} = 0.04$) ส่วนด้านสาขาวิชา และประสบการณ์ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

2. สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายรถยนต์ ในด้านสถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อายุ และระยะเวลาการปฏิบัติงาน ที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

ผลการทดสอบความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายรถยนต์ ในด้านสถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อายุ และระยะเวลาการปฏิบัติงานที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ พบว่า ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการสอนงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

1. สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสอนงานกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการสอนงานที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ การกำหนดวัตถุประสงค์ ($r = -0.15$, $p\text{-value} < 0.03$) มีความสัมพันธ์ทางลบระดับต่ำกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ส่วนด้านแรงจูงใจหรือการให้รางวัล การบอกเล่าและแสดงให้เห็น

การทดสอบความรู้ ความเข้าใจ การนำความรู้ไปปฏิบัติ การตรวจสอบติดตาม และการให้ข้อมูลย้อนกลับ ไม่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

2. สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสอนงานกับผลการปฏิบัติงานขาย

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการสอนงาน คือ การกำหนดวัตถุประสงค์ แรงจูงใจหรือการให้รางวัล การบอกเล่าและแสดงให้ดู การทดสอบความรู้ ความเข้าใจ การนำความรู้ไปปฏิบัติ การตรวจสอบติดตาม และการให้ข้อมูลย้อนกลับ ไม่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานขาย

3. สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสอนงานกับความสามารถในการขาย

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการสอนงานที่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ การกำหนดวัตถุประสงค์ ($r = -0.15$, $p\text{-value} < 0.03$) และด้านแรงจูงใจหรือการให้รางวัล ($r = -0.14$, $p\text{-value} < 0.01$) มีความสัมพันธ์ทางลบระดับต่ำกับความสามารถในการขาย ส่วนด้านการบอกเล่าและแสดงให้ดู การทดสอบความรู้ ความเข้าใจ การนำความรู้ไปปฏิบัติ การตรวจสอบติดตาม และการให้ข้อมูลย้อนกลับ ไม่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทางสถิติที่

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ความสามารถของตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

1. สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขาย คือ การแสวงหาลูกค้า ($r = 0.140$, $p\text{-value} < 0.04$) การจัดซื้อได้แข็ง ($r = 0.14$, $p\text{-value} < 0.03$) และการปิดการขาย ($r = 0.18$, $p\text{-value} < 0.00$) มีความสัมพันธ์ทางบวกระดับต่ำกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ส่วนผลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่เกิดจากแหล่งที่มาของการรับรู้ความสามารถของตนเอง คือ ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ การได้เห็นต้นแบบ การใช้คำพูดชักจูงจากผู้อื่น และการกระตุ้นทางอารมณ์ ส่วนการรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขาย คือ การเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า การเข้าพบลูกค้า การนำเสนอสินค้า และการบริการหลังการขาย ไม่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

2. สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองกับผลการปฏิบัติงานขาย

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ด้านผลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่เกิดจากแหล่งที่มาของการรับรู้ความสามารถของตนเอง คือ ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ การได้เห็นต้นแบบ การใช้คำพูดชักจูงจากผู้อื่น และการกระตุ้นทางอารมณ์ และด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขาย คือ การแสวงหาลูกค้า การเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า การเข้าพบลูกค้า การนำเสนอสินค้า การจัดซื้อได้แย่ง การปิดการขาย และการบริการหลังการขาย ไม่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานขาย

3. สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองกับความสามารถในการขาย

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ด้านผลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่เกิดจากแหล่งที่มาของการรับรู้ความสามารถของตนเอง คือ ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ การได้เห็นต้นแบบ การใช้คำพูดชักจูงจากผู้อื่น และการกระตุ้นทางอารมณ์ และด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขาย คือ การแสวงหาลูกค้า การเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า การเข้าพบลูกค้า การนำเสนอสินค้า การจัดซื้อได้แย่ง การปิดการขาย และการบริการหลังการขาย ไม่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการขาย

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์

1. สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง โดยการวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) จากการศึกษา พบว่า ตัวแปรอิสระที่ถูกนำเข้าสมการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ การปิดการขาย (SE close) การกำหนดวัตถุประสงค์ (CH object) และการบอกเล่าและแสดงให้ดู (CH tall) ซึ่งสามารถร่วมกันพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ได้ร้อยละ 9.30 ($R^2_{adj} = .093$) และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุเท่ากับ .326 เมื่อนำตัวแปรทั้ง 3 ตัวที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ มาเขียนสมการจะได้สมการถดถอยพหุ คือ

$$\begin{aligned} \text{ผลการปฏิบัติงาน} = & 3.99 + 0.22 (\text{การปิดการขาย}) - 0.34 (\text{การกำหนดวัตถุประสงค์}) \\ & + 0.16 (\text{การบอกเล่าและแสดงให้ดู}) \end{aligned}$$

2. สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการขาย ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง โดยการวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) จากการศึกษา พบว่า ตัวแปรอิสระที่ถูกนำเข้าสู่สมการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ แรงจูงใจหรือการรางวัล (CH motivation) การปิดการขาย (SE close) การทดสอบ (CH test) และการกำหนดวัตถุประสงค์ (CH object) สามารถร่วมกันพยากรณ์ความสามารถในการขาย ได้ร้อยละ 9.10 ($R^2_{adj} = .091$) และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุเท่ากับ 0.331 เมื่อนำตัวแปรทั้ง 4 ตัวที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ความสามารถในการขาย มาเขียนสมการจะได้สมการถดถอยพหุคือ

$$\begin{aligned} \text{JOB_Com} = & 3.718 - 0.323(\text{แรงจูงใจหรือการรางวัล}) + 0.265(\text{การปิดการขาย}) \\ & + 0.284(\text{การทดสอบ}) - 0.284(\text{การกำหนดวัตถุประสงค์}) \end{aligned}$$

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ได้ดีที่สุด คือ การจากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการสอนงานและการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ตามสมการพยากรณ์ กำหนดวัตถุประสงค์ในการสอนงาน รองลงมา คือ การรับรู้ความสามารถของตนเองในการปิดการขาย และการบอกเล่าและแสดงให้ดูในการสอนงาน รวมถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีความสำคัญที่ส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์เป็นไปตามเป้าหมาย ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางการพัฒนาให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

5.2.1.1 บริษัทผู้ผลิตรถยนต์

บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ ควรมีการกำหนดให้บริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ กำหนดโครงสร้างฝ่ายขาย ดังนี้ ผู้จัดการฝ่ายขาย หัวหน้าทีมขาย และพนักงานขาย โดยกำหนดเกณฑ์คุณสมบัติของผู้ที่จะดำรงตำแหน่งต่าง ๆ ตั้งแต่พนักงาน จนถึงผู้จัดการฝ่ายขาย สำหรับผู้ที่ดำรงตำแหน่งหัวหน้างานทีมขายขึ้นไป ต้องผ่านการฝึกอบรมหลักสูตรการเป็น Coach ที่มีประสิทธิภาพ และมีการทดสอบทักษะหรือเทคนิคต่าง ๆ ที่จำเป็นในการสอนงาน และความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการสอนงานพนักงานขายรถยนต์ โดยในแต่ละปีจะต้องมีการเรียกทดสอบการเป็น Coach ของหัวหน้าทีมขาย 3 เดือนต่อครั้ง เนื่องจากหัวหน้าทีมขายเป็นผู้ต้องนำความรู้เกี่ยวกับรถยนต์แต่ละรุ่นที่ออกมาไปอบรมพนักงานขายรถยนต์ในทีมของตนเอง และต้องตอบข้อซักถาม

หรือประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับรถยนต์แต่ละรุ่นให้พนักงานทราบ เพื่อให้พนักงานขายสามารถตอบข้อซักถามของลูกค้าได้ หากหัวหน้าทีมขายท่านใดไม่ผ่านการทดสอบ ต้องได้รับการฝึกอบรมเพิ่มเติมใหม่ และมีการทบทวนหลักสูตรและเทคนิคต่าง ๆ อยู่เรื่อย ๆ

บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ ควรรวมตัวกันผลักดันให้เกิดการสอบใบอนุญาตการเป็นพนักงานขายรถยนต์ (License) เพื่อรวบรวมฐานข้อมูลพนักงาน

บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ ควรมีทีมงานที่คอยควบคุมดูแลเกี่ยวกับยอดขายรถยนต์ ซึ่งทีมงานนี้จะต้องประกอบไปด้วย 1) นักชำนาญการทางการตลาดและงานขาย เพื่อตรวจสอบการทำงาน และให้ความช่วยเหลือในเรื่องของการทำโปรโมชั่นในช่วงเวลา ๆ โดยนำข้อมูลหรือความต้องการของบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ไปแจ้งต่อบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ 2) นักสร้างแรงบันดาลใจ (Motivator) ระดับมืออาชีพเป็นวิทยากรรับเชิญ กระตุ้นพนักงานขายให้เกิดพลังใจ และสร้างความเชื่อมั่นในองค์กรและสินค้า รวมถึงการเน้นย้ำเรื่องบริการให้แก่ลูกค้า

บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ ควรมีการกำหนดโปรโมชั่นต่างๆ ให้สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจปัจจุบัน และสอดคล้องกับพื้นที่การขายแต่ละภูมิภาค รวมถึงการใช้ฟรีเซ็นเตอร์เพื่อลดความกดดันของพนักงานขายรถยนต์ และที่สำคัญคือการสร้าง Brand ของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์แต่ละยี่ห้อ ต้องการสร้างความจดจำให้แก่ลูกค้า และต้องสร้าง Employee Brand ให้เกิดขึ้นในตัวพนักงานขายให้ได้ เพื่อสร้างความจงรักภักดีต่อบริษัทหรือ Brand และสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นแก่ตัวพนักงานขาย

บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ ที่มียอดขายอยู่อันดับที่ 3 ขึ้นไป ควรมีการทำ Benchmark บริษัทชั้นนำในธุรกิจ เรื่องระบบการสอนงานและการพัฒนาบุคลากร ว่าบริษัทเหล่านั้นมีระบบการสอนงาน การฝึกอบรม การถ่ายทอดความรู้จากรุ่นสู่รุ่นอย่างไร จึงสามารถสร้างบุคลากรที่มีความสามารถและสร้างยอดขายที่สูงอย่างในปัจจุบัน และนำกระบวนการที่ได้มาปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของบริษัท และนำระบบที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้กับบริษัทผู้แทนจำหน่าย

5.2.1.2 บริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์

การสรรหาและคัดเลือก ควรรับพนักงานขายรถยนต์ชายเพิ่มมากขึ้น เพราะจากผลการวิจัย พบว่า เพศชายมีการปฏิบัติงานขายมากกว่าเพศหญิง และควรกำหนดคุณสมบัติของพนักงานขายรถยนต์ ด้านระดับการศึกษาให้อยู่ในระดับ ปวส. ขึ้นไป และด้านสาขาวิชาที่ไม่จำเป็นต้องจบสาขาที่เกี่ยวข้องกับงานขายหรือการตลาด ซึ่งบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ควรเน้นคัดเลือกบุคคลที่มีบุคลิกภาพที่เหมาะสม มีปฏิภาณไหวพริบในการได้ตอบลูกค้า และมีความเชื่อมั่นในตนเอง โดยมีแบบทดสอบวัดความเชื่อมั่นในตนเอง และวัดทักษะการ

ให้บริการของผู้สมัครก่อนผ่านการคัดเลือก เพื่อเป็นการคัดเลือกบุคลากรที่มีหัวใจบริการ ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อให้ผลงานของบรรลุปเป้าหมาย และบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์

การสร้างระบบการทำงานเป็นทีม โดยการมีจัดการฝึกอบรมในทีมขาย โดยหัวหน้าทีมขายเป็นผู้ถ่ายทอดประสบการณ์ และเทคนิคต่าง ๆ ในการขาย การตอบข้อซักถามของลูกค้าที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ เพื่อเพิ่มพูนความสามารถของพนักงานขายรถยนต์ และควรมีการจัดการส่งเสริมการขายที่จูงใจลูกค้า และเป็นเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนให้การขายของพนักงานขายรถยนต์ประสบความสำเร็จ

บริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ ควรมีการวางระบบการจ่ายค่าตอบแทนแบบจูงใจ หรือ Incentive ตามสถานการณ์ เช่น การจ่ายคอมมิชชั่นแบบจ่ายรวม ควรใช้ในสถานะเศรษฐกิจที่ซบเซา ยอดขายตก ซึ่งต้องอาศัยการทำงานเป็นทีม โดยอาศัยการกำหนดเป้าหมายการขายของทีม และกำหนดเป้าหมายรายบุคคล หากทีมทำได้ตามเป้าหมายก็จะได้รับค่าคอมมิชชั่นแบบรวม โดยนำคอมมิชชั่นที่ได้ไปจัดสรรให้กับพนักงานขายที่ขายได้ตามเป้าหมายมากกว่าพนักงานขายที่ไม่ได้ตามเป้าหมาย เพื่อให้ทุกคนในทีมช่วยกันสร้างยอดขายให้ได้ตามเป้าหมาย ซึ่งกระบวนการสอนงานจะเกิดขึ้นมากในสถานการณ์นี้ คือ หัวหน้าทีมขายจะคอยสอนงาน ให้คำชี้แนะแก่พนักงานขายรถยนต์เป็นอย่างดี เพื่อให้เป้าหมายทีมประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย ส่วนการจ่ายค่าคอมมิชชั่นแยกเป็นรายบุคคล เหมาะสมกับสถานะเศรษฐกิจที่ดี ยอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีการแข่งขันระหว่างทีมขาย และพนักงานขายรถยนต์ด้วยกัน ซึ่งกระบวนการสอนงานจะเกิดขึ้นน้อยในสถานการณ์นี้ เนื่องจากทุกคนเร่งทำยอดขายและพนักงานขายรถยนต์สามารถปิดการขายได้ง่าย จึงได้รับการสอนงานและคำปรึกษาจากหัวหน้างานน้อยกว่าช่วงวิกฤต

5.2.1.3 หัวหน้าทีมขาย

หัวหน้าทีมขาย ควรมีการสอนงานอย่างใกล้ชิด เพื่อให้พนักงานขายรถยนต์มีที่ปรึกษาในการทำงาน ได้รับความรู้เพิ่มเติมที่สามารถนำไปใช้ในการแก้ปัญหาในการทำงานได้ หัวหน้างานขาย ควรมีจะเน้นการสอนหรือชี้แนะแนวทางในการใช้โปรโมชันของบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์หรือการจัดโปรโมชันให้แก่ลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเหนือคู่แข่ง และควรดูแลพนักงานขายน้องใหม่ จากการถูกเอาเปรียบจากพนักงานรุ่นพี่ในเรื่องการแย่งลูกค้า และการแนะนำการหาลูกค้าจากฐานลูกค้าที่ตนมี เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้พนักงานขายน้องใหม่ได้ลองนำเสนอสินค้าแก่ลูกค้าในสถานการณ์จริง โดยใช้ความรู้ที่ได้รับจากหัวหน้างาน และการอบรมจากบริษัท นำมาปฏิบัติใช้จริง ซึ่งหัวหน้างานขายต้องคอยสังเกตการณ์อยู่ข้างๆ เพื่อ

ทำการเก็บข้อมูลในจุดบกพร่องต่าง ๆ ที่พนักงานขายต้องได้รับการปรับปรุง เมื่อพนักงานขายนำเสนอสินค้าเสร็จสิ้น หัวหน้างานขายต้องเรียกพนักงานขายเข้ามารับฟังข้อปรับปรุงต่าง ๆ โดยเป็นลักษณะการให้ข้อเสนอแนะ บอกเล่าประสบการณ์ที่ทำให้การทำงานประสบความสำเร็จ หัวหน้างานจะต้องติดตามการปฏิบัติงานของพนักงานขายอย่างใกล้ชิด เพื่อที่ว่าพนักงานขายสามารถปรับปรุงวิธีการทำงานได้อย่างเหมาะสมถูกต้อง และประสบความสำเร็จ ซึ่งจะทำให้พนักงานขายเกิดความเชื่อมั่นในตนเอง และเกิดความมุ่งมั่น ตั้งใจในการปฏิบัติงาน ส่วนในขั้นตอนการสอนงานหัวหน้าทีมขายควรเน้นการบอกเล่าและแสดงให้ดู โดยให้พนักงานฝึกการปฏิบัติงานในสถานการณ์จริง เพื่อให้หัวหน้าทีมขายสามารถสังเกตการปฏิบัติงานและสามารถประเมินผลการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องชัดเจน ซึ่งในขั้นตอนนี้หัวหน้าทีมขายควรให้ข้อเสนอแนะวิธีการหรือเทคนิคในการปฏิบัติงานแก่พนักงานขายรายคน เพื่อให้พนักงานขายรายคนมีผลการปฏิบัติงานตรงตามเป้าหมาย

5.2.1.4 พนักงานงานขาย

พนักงานขายรายคน ควรยึดหลักในการพัฒนาตนเอง ดังนี้ คือ การเป็นผู้ใฝ่รู้ ใฝ่ศึกษา ค้นคว้าหาความรู้ใหม่อยู่ตลอดเวลาอย่างไม่หยุดนิ่ง การเป็นผู้เฝ้าจุดเน้นแบบในการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นหัวหน้างาน หรือรุ่นพี่ที่มีผลการปฏิบัติงานที่ดีเยี่ยม เพื่อนำทักษะหรือเทคนิคต่าง ๆ ในการขาย นำมาพัฒนาทักษะของตนเอง การฝึกฝน เมื่อพนักงานขายรายคน ได้เรียนรู้ และคุ้นเคยกับแบบจากหัวหน้างานหรือรุ่นพี่แล้ว ต้องนำความรู้ และเทคนิคที่ได้ มาฝึกฝน และนำไปปฏิบัติจริงในการทำงาน เพื่อนำผลที่ได้รับจากการนำความรู้ไปใช้มาทบทวนถึงข้อผิดพลาดหรือสิ่งที่กระทำ แล้วอาจทำให้การทำงานไม่ประสบผลสำเร็จ ในขั้นนี้พนักงานขายรายคนต้องขอคำปรึกษาจาก Coach หรือหัวหน้างานขายที่เป็นผู้คอยให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำการปฏิบัติงานที่ถูกต้องหรือชี้แนะเทคนิคเพิ่มเติม

การสร้างเชื่อมั่นให้กับตนเอง พนักงานขายรายคน ต้องมีการกำหนดเป้าหมายในการขาย โดยเริ่มจากการกำหนดเป้าหมายรายวัน และการแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็นแต่ละเขตพื้นที่ที่ได้รับมอบหมาย และเข้าไปพบลูกค้า ก่อนที่จะเข้าไปพบลูกค้าจะต้องมีการเตรียมตัวให้พร้อมตั้งแต่ความรู้ในตัวสินค้า การแต่งกาย ข้อมูลลูกค้าเบื้องต้น เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำเสนอสินค้าได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งการตอบข้อซักถามอย่างมั่นใจ เพื่อให้สามารถปิดการขายกับลูกค้าได้ และให้ความสำคัญกับการบริการหลังการขาย

5.2.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ตัวแปรในสมการร่วมกันพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ได้ร้อยละ 9.30 ดังนั้น ยังคงมีปัจจัยอื่นที่เกี่ยวกับกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ได้อีก จึงควรมีการศึกษาปัจจัยอื่นที่มีความสอดคล้องกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์เพิ่มเติม เช่น ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ การฝึกอบรม การรับรู้จากการเรียน ความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของลูกค้า พฤติกรรมผู้บริโภค การจัดโปรโมชั่น วัฒนธรรมองค์กร บริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ คู่แข่งขันในตลาด การกำหนดเป้าหมายการขาย การจ่ายค่าตอบแทน และบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ เพื่อให้การวิจัยมีความครอบคลุมกับปัจจัยการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานขาย จึงควรมีการกำหนดประชากรครอบคลุมทั้งภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพิ่มข้อคำถามเกี่ยวกับรูปแบบการจ่ายคอมมิชชั่น และเพิ่มความชัดเจนในคำถามเรื่องปัจจัยการสอนงานที่เน้นไปที่การสอนงานของหัวหน้าทีมขาย ส่วนวิธีวิจัยควรใช้การทดลองเปรียบเทียบรูปแบบการสอนงานระหว่างทีมขายในบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ ว่าทำให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร และควรใช้แบบสอบถามวัดการรับรู้ความสามารถของตนเอง ทำการวัดระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองก่อนการสอนงาน และวัดระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองหลังจากการสอนงานอีกครั้ง เพื่อจะทำการหาว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองของพนักงานขายรถยนต์เพิ่มขึ้นหรือไม่ และจะส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานหรือไม่ จากข้อเสนอแนะดังกล่าวจะทำให้สามารถพัฒนากระบวนการสอนงานนำมาใช้ในการพัฒนาทักษะการขายที่ช่วยเพิ่มผลการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสมกับสภาวะปัจจุบัน

รายการอ้างอิง

- กั้ววาน บุญเลิศหล้า. (2540). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการบริการของพนักงานขายหน้าร้าน
ในห้างสรรพสินค้า. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรม)
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา ปัญญาแว. (2545). ผลการติดตามควบคุมโดยวิธีการให้ข้อมูลป้อนกลับของหัวหน้างาน
ที่ส่งผลต่อผลผลิตการทำงาน และปฏิริยาความรู้สึกของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม
พลาสติกแห่งหนึ่ง. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ)
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จำเนียร จวงตระกูล. (2531). การประเมินผลการปฏิบัติงาน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- จิระประภา อัครบวร. (2552). **Performance Management กับบทบาท Strategic Partner.**
[ออนไลน์]. ได้จาก: [http://www.siamhrm.com/report/article_report.php? max
=296](http://www.siamhrm.com/report/article_report.php?max=296)
- จิราภรณ์ คุณสิทธิ์. (2541). การทำนายผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ ด้วยตัวแปรด้าน
การกำกับตนเองในการเรียน การรับรู้ความสามารถของตนเองทางคณิตศาสตร์ ทัศนคติต่อ
วิชาคณิตศาสตร์ และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในกรุงเทพ
มหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ครุศาสตรมหาบัณฑิต) บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- เจ.ดี. พาวเวอร์ เอเชีย แปซิฟิก. (2549). รายงาน เบนซ์ครองอันดับดีลเลอร์ที่ถูกค้าพอใจ.
[ออนไลน์]. ได้จาก: <http://positioningmag.com/prnews/prnews.aspx?id=51880>.
- ชูชัย สมितिไกร. (2547). การสรรหา การคัดเลือก และการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากร.
กรุงเทพฯ: แอคทีฟ พรินท์ จำกัด.
- ชูชัย สมितिไกร. (2552). แรงจูงใจของผู้เข้ารับการอบรม (Trainee Motivation). [ออนไลน์].
ได้จาก: http://www.siamhrm.com/report/chapter_report.-php?max=406

- ดวงกลม หงส์รัตน์. (2544). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเอง ค่านิยมในการทำงาน และการวางแผนอาชีพของพนักงานบริษัทจำหน่ายและให้บริการเครื่องใช้ไฟฟ้า. ปรินญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรม) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดำรงศักดิ์ ประเสริฐสุข. (2537). การขาย 2. กรุงเทพฯ : วังอักษร.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2548). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: วี. อินเตอร์ พริ้นท์ จำกัด.
- นพ ศรี บุญนาค. (2546). การบริหารทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สุทรไพศาล.
- นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. (2548). ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิติพล ภูตะโชติ. (2549). การบริหารการตลาด (Sales Management). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- บุศริน เอี้ยวสีหยก. (2545). ผลของการโค้ชต่อการปฏิบัติ เพื่อลดความทุกข์ทรมานในผู้ป่วยศัลยกรรมทรวงอก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต (พยาบาลอาชีวศาสตร์และสัตวศาสตร์) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประคอง กรรณสูตร. (2542). สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เจริญผล.
- ประทีป จินนี่. (2539). รายงานผลการวิจัยผลการเตือนตนเองต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง ที่ส่งผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานตามที่ได้รับมอบหมายของนักศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ประณต จิรัฐติกาล. (2547). ผลของการใช้การนิเทศการสอนแนะนำของหัวหน้าหอผู้ป่วยต่อความพึงพอใจในงานของพยาบาลประจำการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต (การบริหารพยาบาล) บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ผ่องพรรณ ตรียมงคลกุล และสุภาพ นัฏราภรณ์ (2541). การออกแบบการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุสติ รัมมคม. (2548). การประเมินการปฏิบัติงาน. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ธนาเพรส จำกัด.
- พรทิพย์ อนุชาติบุตร. (2546). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองความคาดหวังผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น และความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์ของผู้สูงวัยในชมรมโอพีพีวาย. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาพัฒนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- เพชรสิริ เหลืองไพโรจน์. (2542). การเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของผู้บังคับบัญชาในระดับต้นและผลการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติงานในโรงงานอุตสาหกรรมกระดาษของเครือซิเมนต์ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เพ็ญภัทร เจริญพิทยา. (2546). ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์การพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การกับผลการปฏิบัติงาน : ศึกษาเฉพาะกรณีพนักงานในเครือบริษัท สเปเชียลตี้กรุ๊ป จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ (จิตวิทยาอุตสาหกรรม) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วรรณ ชีรวรรณรัตน์. (2540). ผลของบุคลิกภาพ ทักษะคิดต่องานขาย และปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานขาย. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม และองค์การคณะศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วัลภา สบายยิ่ง. (2542). ปัจจัยด้านการตั้งเป้าหมาย การรับรู้ความสามารถของตนเอง และบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้จำหน่ายตรง. ปริญญาวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต (พฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิเชียร วิทญ์. (2547). พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.
- วิมล มาดิษฐ์. (2547). ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์การ การสอนแนะกับสมรรถนะของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลศูนย์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ (การบริหารพยาบาล) บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2544). ทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิม. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริพร ประโยค. (2542). ความสัมพันธ์ระหว่าง องค์ประกอบห้าประการของบุคลิกภาพแรงจูงใจ ใฝ่สัมฤทธิ์กับผลการปฏิบัติงานของหัวหน้างานระดับกลาง ในโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา: บริษัท-ไรท์ (ประเทศไทย) จำกัด. วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรม) สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: ชรรมสาร จำกัด.
- ศยามล เอกะกุลนันต์. (2541). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองในการจัดการกับพฤติกรรมจัดการของผู้ในระดับต้นในโรงงานอุตสาหกรรม. วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรม) สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- เศรษฐา ดันติเดชามงคล. (2546). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเอง การสนับสนุนทางองค์การและพฤติกรรมความปลอดภัยของพนักงานระดับปฏิบัติการในโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์เมลามีนและพลาสติกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรปราการ. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรม) สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์.
- สมชาย หิรัญกิตติ. (2542). การบริหารทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สมชาย อินทรมงคล. (2548). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเอง บุคลิกภาพเขาวัวอารมณ์กับความสามารถในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ) บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต. (2539). ทฤษฎีและเทคนิคการปรับปรุงพฤติกรรม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สยามรัฐ. (2551). สปท.เห็น “จีดีพี” ผวาเงินเพื่อปรับเป้าพรอด8.8%/ราคาน้ำมันผันผวน. [ออนไลน์].
ได้จาก : <http://www.siamrath.co.th/UIFont/NewsDetail.aspx?cid=102&nid=19240>
- สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา. (2550). ยุทธศาสตร์จังหวัดนครราชสีมา ประจำปี 2549. [ออนไลน์].
ได้จาก: <http://www.nakhonratchasima.go.th/nakhonrat/index.hp?link=strategy&na=eccbc87e4b5ce2fe28308fd9f2a7baf3>
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2540). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: บริษัท ฟื่องฟ้าพรินต์ติ้ง จำกัด.
- สุดารัตน์ ศิริวงศ์. (2546). อิทธิพลของบุคลิกภาพ และความรู้สึกเห็นคุณค่าในตนเองที่มีต่อผลการปฏิบัติงานงานหัวหน้างานระดับกลาง บริษัท มัตสึชิตะ อิเล็กทรอนิกส์ (ไทยแลนด์). วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรม) สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์.
- สุรพล พยอมแย้ม. (2537). จิตวิทยาอุตสาหกรรม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กาญจนบุรี: สำนักพิมพ์ ธรรมเมธี-สหภาพพัฒนาการพิมพ์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2542). การบริหารงานขาย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อมร ถาวรมาศ. (2537). คลินิกหมอนักขาย. กรุงเทพฯ: นำอักษรการพิมพ์.
- อรุณ รักษ์ธรรม. (2537). การพัฒนาและการฝึกอบรมบุคคล : ศึกษาเชิงพฤติกรรม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สุนทรออฟเซต.

- อรุณี ลำภาทอง. (2538). การเสริมสร้างสมรรถภาพการสอนของครูประถมศึกษา โดยใช้กระบวนการอบรมแบบเน้นการสอนแนะ. วิทยานิพนธ์ปริญญาคุุณบัณฑิตสาขาหลักสูตรการสอน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อลงกรณ์ มีสุทธา และ สมิต สัจฉกร. (2549). การประเมินผลการปฏิบัติงาน. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- อากรณ์ ภู่วิทยาพันธ์. (2548). การสอนงานอย่างไรให้ได้งาน (Coaching). กรุงเทพฯ: เอช อาร์ เซ็นเตอร์.
- อานวย แสงสว่าง. (2544). การจัดการทรัพยากรมนุษย์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: อักษรพิพัฒน์ จำกัด.
- Bandura, A. (1986). **Social Foundations of Thought and Action**. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall, Inc.
- _____. (1994). **Self-Efficacy**. In V. S. Ramachaudran, Encyclopedia of human Behavior. 4:71-81.
- _____. (1997). **Self-Efficacy: The Exercise of Control**. New York : W.H. Freeman and Company.
- Barling, J. and M. Abel. (1983). **Self-Efficacy Beliefs and Performance**. Cognitive Therapy and Research. 7(February 1983) : 265-272.
- Champathes, R. M. (2006). **Coaching for Performance Improvement: The “COACH” Model**. Journal of Development and learning in organization. 20 (2):17-18.
- Das, H. (2003). **Performance Management**. Canada: Pearson Education.
- Farner, S. L. (1998). **The Impact of Self-Efficacy Training and Monetary Rewards On Worker Performance**. Dissertation Abstracts International. [CD-ROM (AAC9829518)]. UMI Company. DAI-A 59/04(October 1998) : 1248.

- Gist, M. E.; Schwoerer, C.; Rosen, B. (1989). **Effects of Alternative Training Methods on Self-Efficacy and Performance in Computer Software Training.** *Journal of Applied Psychology.* 74 (6):884-891.
- Gordon, J. R. (1999). **Organizational Behavior: A Diagnostic Approach.** 6th ed. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Graham, John R. (1989). **Getting Over the Fear of sales.** National Underwriter.
- Hall, G. S. M. (2000). **Self-Efficacy at Work: A Qualitative Analysis of Personal and Environmental Factors Contributing to Personal Efficiency During Job-Task Change.** *Dissertation Abstracts International.* [CD-ROM (AAC 9964901)]. UMI Company. DAI-A 61/03(September 2000):916.
- Hellriegel and Woodsman. (1998). **Organization Behavior.** 8th ed. South-Western College. Publishing.
- Hitt, A. M.; Black J, S. and Porter, W. L. (2005). **Management.** USA: Pearson Prentice Hall.
- Jude, A. T. and Bono, E.T.(1991). **Relationship of Core Self-Evaluation Trait-Self-Esteem, Generalized Self-Efficacy, Locus of Control and Emotional Stability-With Job Satisfaction and Job Performance: A Meta-Analysis.** *Journal of Applied Psychology.* 76: 698-707.
- Locke, E.A., Latham, G.P. (1990). **A Theory of motivation and task performance.** Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall.
- Nairne, S. J. (2000). **Psychology: The Adaptive Mind.** 2nd ed. UAS: Thomson Learning.
- Nunnally, J. C. and Bernstein, I. H. (1994). **Psychometric Theory.** 3rd ed. New York: McGraw-Hill Book Company.

- Philip G. Zimbardo and Richard J. Gerrig. (1996). **Psychology and Life**. 4thed. USA: HarperCollins Inc.
- Phillip, R. (1996). **Coaching for higher performance**. Employee Counseling Today . 8 (4) : 29 – 32.
- Rider, L. (2002). **Coaching as a Strategic Intervention**. Journal of Industrial and Commercial Training. 34 (6):233-236.
- Schermerhorn, R. J.; Hunt, G.J. and Osborn N. R. (2005). **Organizational Behavior**. 9th ed. USA: Wiley International Edition.
- Schwarzer, R. and Jerusalem, M. (1993). **The General Self-Efficacy Scale: GSE** [Online]. Available: <http://userpage.fu-berlin.de/~health/engscal.htm>
- Skiffington and Zeus. (2003). **Behavioral Coaching: How to Build Sustainable Personal and Organizational Strength**. Australia: McGraw - Hill Companies.
- Smith, D. B. (1998). **Psychology: Science & Understanding**. UAS: McGraw-Hill Companies.
- Solomon R. M.; Marshall, W. G, and Stuart, W. E. (2006). **Marketing**. 4thed. USA: Pearson Prentice Hall.
- Spross, J. A.; Clarke, E. B., and Beauregard, J.A. (2001). **Expert Coaching and Guidance**. In Hamric, A. B., Spross, J. A., and Honson, C. M. (eds.); Advanced Nursing Practice : An Integrative Approach. 2nd ed. Philadelphia: W. B. Saunders.
- Werner, M. J., and Simone, L. R. (2006). **Human Resource Development**. 4th ed. USA: Thomson South-Western.
- Williams, S. (2005). **Research and Reality: Innovations in Coaching**. Modernisation Agency Leadership Centre. [Online]. Available: <http://www.modern.nhs.uk>.

- Wilson, B. G.; Jonassen, D. H., and Cole, P. (1993). **Cognitive Approaches to Instructional Design**. In G. M. Piskurich (ed.). The ASTD Handbook of Instructional Technology.
- Zimbardo, G. P. and Richard J. G. (1996). **Psychology and Life**. 4thed. USA: HarperCollins Inc.

--	--	--	--	--

แบบสอบถามสำหรับพนักงานขายรถยนต์

เรื่อง ปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ ของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเอง เพื่อนำไปวิเคราะห์ในงานวิจัย
2. ผู้วิจัยขอรับรองว่าการตอบแบบสอบถามของท่านจะไม่มีผลในทางลบต่อตัวท่าน และบริษัทของท่าน เพราะข้อมูลที่ได้จะนำไปประมวลผล และนำเสนอในภาพรวมระดับภูมิภาคเท่านั้น โดยคำตอบในแบบสอบถามจะถือเป็นความลับ เพื่อการประมวลผลสำหรับการวิจัยครั้งนี้เท่านั้น ซึ่งจะมีเพียงผู้วิจัยและอาจารย์ที่ปรึกษาที่เห็นข้อมูลในแบบสอบถาม
3. ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อ การตอบไม่มีถูกหรือผิด ขอให้ท่านตอบคำถามตามความเป็นจริง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ที่สุด ซึ่งจะนำไปสู่ผลการวิจัยที่ถูกต้อง
4. แบบสอบถามฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้
 - ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล
 - ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการสอนงาน
 - ส่วนที่ 3 แบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการสอนงาน
 - ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความมั่นใจ
 - ส่วนที่ 5 แบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความมั่นใจในงานขาย
5. หลังจากตอบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว กรุณานำแบบสอบถามใส่ซองที่แนบมา กับแบบสอบถามแล้วปิดผนึก ส่งแบบสอบถามคืนให้แก่ผู้แจกแบบสอบถาม และกรุณาส่งแบบสอบถาม ก่อนภายในวันที่

สุดท้าย ผู้วิจัยขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ ในความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม ครั้งนี้

นายพนพล เพิ่มสมบูรณ์

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง. โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน.

1. เพศ.

() ชาย () หญิง

2. สถานภาพสมรส.

() โสด () สมรส () หม้าย/หย่า

3. ปัจจุบันท่านอายุ.....ปี.....เดือน

4. ระดับการศึกษาสูงสุด.

() ต่ำกว่าปริญญาตรี
() ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
() ระดับสูงกว่าปริญญาตรี

5. สาขาที่จบการศึกษา.

() เกี่ยวข้องกับการตลาดและงานขาย (โปรดระบุสาขาที่จบ.....)
() ไม่เกี่ยวข้องกับการตลาดและงานขาย (โปรดระบุสาขาที่จบ.....)

6. ท่านมีประสบการณ์เกี่ยวกับงานขายหรือการตลาด ก่อนมาเป็นพนักงานขายรถยนต์ หรือไม่.

() มีประสบการณ์ด้านงานขายหรือการตลาดมาก่อนเป็นพนักงานขายรถยนต์
(โปรดระบุงานที่ทำมาก่อน.....) รวมเป็นเวลา.....ปี.....เดือน
() ไม่มีประสบการณ์ด้านงานขายหรือการตลาดมาก่อนเป็นพนักงานขายรถยนต์
(โปรดระบุงานที่ทำมาก่อน.....)

7. ระยะเวลาการปฏิบัติงานในตำแหน่งพนักงานขายรถยนต์ ในบริษัทนี้.....ปี.....เดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการสอนงาน

คำชี้แจง. โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหลังข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

เพียงข้อละ 1 ช่อง โดยใช้เกณฑ์การประมาณค่าระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ดังนี้

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
		5	4	3	2	1
1	บริษัทมีการกำหนดเป้าหมายในการขายเสมอ					
2	บริษัทกำหนดเป้าหมายที่สามารถปฏิบัติให้เป็นจริงได้					
3	บริษัทมีการกำหนดระยะเวลาในการขายให้สำเร็จตามเป้าหมาย					
4	หัวหน้างานมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในเรื่องที่จะสอนงานเสมอ					
5	หัวหน้างานเปิดโอกาสให้ท่านมีส่วนร่วมในการกำหนดวัตถุประสงค์ในเรื่องที่จะสอนงาน					
6	ในการกำหนดวัตถุประสงค์ในการสอนงานมีส่วนช่วยในการปรับปรุงผลการปฏิบัติงานของท่าน					
7	เงินเดือนที่ท่านได้รับทำให้ท่านปฏิบัติงานขายได้อย่างดียิ่ง					
8	ค่า Commission ที่ท่านได้รับทำให้ท่านทำยอดขายได้สูงขึ้น					
9	การให้ตำแหน่งที่สูงขึ้นทำให้ท่านปฏิบัติงานขายได้อย่างดียิ่ง					
10	การประกาศยกย่องเป็นพนักงานขายดีเด่นทำให้ท่านทำยอดขายได้สูงขึ้น					
11	หัวหน้างานมอบเป้าหมายที่ท้าทายในการขายเสมอ					
12	หัวหน้างานให้กำลังใจท่านเสมอ ในยามที่ท่านประสบปัญหาหรือมีเรื่องทุกข์ใจ					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
		5	4	3	2	1
13	หัวหน้างานให้การช่วยเหลือท่านเสมอในยามที่ท่านต้องการความช่วยเหลือ					
14	หัวหน้างานกล่าวคำชมเชยท่านเสมอ เมื่อท่านปฏิบัติงานประสบความสำเร็จ					
15	หัวหน้างานมีการสาธิตขั้นตอนการขายที่ท่านยังขาดทักษะ					
16	หัวหน้างานมีการสาธิต การเข้าพบลูกค้าอยู่เสมอ					
17	หัวหน้างานมีการสาธิตการนำเสนอสินค้าอยู่เสมอ					
18	หัวหน้างานมีการสาธิตการปิดการขายอยู่เสมอ					
19	หัวหน้างานมีการเล่าเรื่องการแสวงหาลูกค้าให้ท่านฟังอยู่เสมอ					
20	หัวหน้างานมีการเล่าเรื่องการเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า ให้ท่านฟังอยู่เสมอ					
21	หัวหน้างานมีการเล่าเรื่องการเข้าพบลูกค้าให้ท่านฟังอยู่เสมอ					
22	หัวหน้างานมีการเล่าเรื่องการนำเสนอสินค้าให้ท่านฟังอยู่เสมอ					
23	หัวหน้างานมีการเล่าเรื่องการจัดซื้อโต้แย้งที่อาจจะเกิดขึ้นกับลูกค้าให้ท่านฟังอยู่เสมอ					
24	หัวหน้างานมีการเล่าเรื่องการปิดการขาย ให้ท่านฟังอยู่เสมอ					
25	หัวหน้างานมีการเล่าเรื่องการบริหารหลังการขาย ให้ท่านฟังอยู่เสมอ					
26	หัวหน้างานมีการเล่าปัญหาที่พบในการแสวงหาลูกค้า ให้ท่านฟังอยู่เสมอ					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
		5	4	3	2	1
27	หัวหน้างานมีการเล่าปัญหาที่พบในการเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า ให้ท่านฟังอยู่เสมอ					
28	หัวหน้างานมีการเล่าปัญหาที่พบในการเข้าพบลูกค้า ให้ท่านฟังอยู่เสมอ					
29	หัวหน้างานมีการเล่าปัญหาที่พบในการนำเสนอสินค้า ให้ท่านฟังอยู่เสมอ					
30	หัวหน้างานมีการเล่าปัญหาที่พบในการจัดซื้อโต้แย้งที่อาจเกิดขึ้นกับลูกค้าให้ท่านฟังอยู่เสมอ					
31	หัวหน้างานมีการเล่าเรื่องปัญหาที่พบในการปิดการขาย ให้ท่านฟังอยู่เสมอ					
32	หัวหน้างานมีการเล่าปัญหาที่พบในการบริการหลังการขาย ให้ท่านฟังอยู่เสมอ					
33	หัวหน้างานมีการทดสอบด้วยการปฏิบัติในการเข้าพบลูกค้า หลังจากการสอนงานอยู่เสมอ					
34	หัวหน้างานมีการทดสอบด้วยการปฏิบัติในการนำเสนอสินค้า หลังจากการสอนงานอยู่เสมอ					
35	หัวหน้างานมีการทดสอบด้วยการปฏิบัติในการปิดการขาย หลังจากการสอนงานอยู่เสมอ					
36	หัวหน้างานมีการทดสอบความรู้ในผลิตภัณฑ์ หลังจากการสอนงานอยู่เสมอ					
37	หัวหน้างานมีการทดสอบความรู้เกี่ยวกับการจัดทำเอกสารการซื้อขาย หลังจากการสอนงานอยู่เสมอ					
38	ท่านนำความรู้ที่ได้จากหัวหน้างานเรื่องการแสวงหาลูกค้าไปใช้ในการขายอยู่เสมอ					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
		5	4	3	2	1
39	ท่านนำความรู้ที่ได้จากหัวหน้างานเรื่องการเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้าไปใช้ในการขายอยู่เสมอ					
40	ท่านนำความรู้ที่ได้จากหัวหน้างานเรื่องการเข้าพบลูกค้าไปใช้ในการขายอยู่เสมอ					
41	ท่านนำความรู้ที่ได้จากหัวหน้างานเรื่องการนำเสนอสินค้าไปใช้ในการขายอยู่เสมอ					
42	ท่านนำความรู้ที่ได้จากหัวหน้างานเรื่องการจัดซื้อได้แข่งไปใช้ในการขายอยู่เสมอ					
43	ท่านนำความรู้ที่ได้จากหัวหน้างานเรื่องการปิดการขายไปใช้ในการขายอยู่เสมอ					
44	ท่านนำความรู้ที่ได้จากหัวหน้างานเรื่องการบริการหลังการขายไปใช้ในการขายอยู่เสมอ					
45	หัวหน้างานมีการซักถามปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติงานขายของท่านอยู่เสมอ					
46	หัวหน้างานมีการติดตามผลการปฏิบัติงานของท่านเป็นช่วง ๆ อย่างต่อเนื่อง					
47	หัวหน้างานมีการประเมินผลการปฏิบัติงานตามมาตรฐานที่องค์กรกำหนดไว้					
48	หัวหน้างานมีการประเมินผลการปฏิบัติงานตามเป้าหมาย (ยอดขาย) ที่กำหนดไว้					
49	หัวหน้างานมีการแจ้งผลการปฏิบัติงานให้ท่านทราบ หลังจากการประเมินผลการปฏิบัติงานอยู่เสมอ					
50	หัวหน้างานมีการรับฟังความคิดเห็น ของท่าน หลังจากการประเมินผลการปฏิบัติงานอยู่เสมอ					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
		5	4	3	2	1
51	หัวหน้างานมีการตอบข้อซักถาม เมื่อท่านสงสัย อยู่เสมอ					
52	หัวหน้างานให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ทุกครั้ง เมื่อท่านของคำปรึกษา					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการสอนงานของหัวหน้างาน.

1. หัวหน้างานขายมีขั้นตอนการสอนงานเกี่ยวกับการขายอย่างไร.

.....

.....

.....

2. ท่านมีข้อเสนอแนะต่อหัวหน้างานขายถึงขั้นตอนสอนงานอย่างไร. เพื่อให้การ
ปฏิบัติงานขาย และผลการขายของท่านบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่าการสอนงานมีความสำคัญต่อผลการปฏิบัติงานของท่านหรือไม่ อย่างไร.

.....

.....

.....

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความมั่นใจ

คำชี้แจง. โปรดเขียนทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหลังข้อความที่ตรงกับความมั่นใจในประเด็นต่าง ๆ ของท่านมากที่สุด *เพียงข้อละ 1 ช่อง* โดยใช้เกณฑ์การประมาณค่าระดับความมั่นใจ 5 ระดับ ดังนี้

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มั่นใจ มาก ที่สุด 5	มั่นใจ มาก 4	มั่นใจ ปาน กลาง 3	มั่นใจ น้อย 2	มั่นใจ น้อย ที่สุด 1
1	ข้าพเจ้าสามารถประเมินความสามารถของตนเองได้					
2	ข้าพเจ้าสามารถสำรวจจุดแข็ง- จุดอ่อนของตนเองได้					
3	ข้าพเจ้าสามารถระบุถึงความสนใจและความต้องการของตนเองได้					
4	ข้าพเจ้าสามารถระบุทักษะที่เก่งของตนเองได้					
5	ข้าพเจ้าสามารถประเมินทักษะและความสนใจของตนเองได้					
6	ข้าพเจ้าสามารถกำหนดเป้าหมายการทำงานที่สอดคล้องกับความสามารถของตนเอง					
7	ข้าพเจ้าสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วง					
8	ข้าพเจ้าสามารถทำงานได้ตามเป้าหมายที่ตนเองตั้งไว้					
9	ข้าพเจ้าสามารถทำงานให้เสร็จตามเวลา					
10	ข้าพเจ้าสามารถสร้างผลงานให้เป็นที่ยอมรับของหัวหน้างานได้					
11	ข้าพเจ้าทราบวิธีการที่ทำให้หัวหน้างานประสบผลสำเร็จในชีวิตการทำงาน					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มั่นใจ มาก ที่สุด 5	มั่นใจ มาก 4	มั่นใจ ปาน กลาง 3	มั่นใจ น้อย 2	มั่นใจ น้อย ที่สุด 1
12	ข้าพเจ้าสามารถปฏิบัติงานตามแบบอย่าง ที่หัวหน้างานปฏิบัติแล้วทำให้ประสบ ความสำเร็จได้					
13	ข้าพเจ้าทราบวิธีการที่ทำให้บุคคลที่ข้าพเจ้า ยึดถือเป็นแบบอย่างปฏิบัติแล้วประสบ ผลสำเร็จในธุรกิจหรือในชีวิตการทำงาน					
14	ข้าพเจ้ามีความคิดอยู่เสมอว่าจะต้องประสบ ความสำเร็จในชีวิตอย่างบุคคลที่ข้าพเจ้ายึดถือเป็น แบบอย่าง					
15	ข้าพเจ้าได้รับการกล่าวคำชมเชยถึงผล ความสำเร็จในการทำงาน จากหัวหน้างาน					
16	ข้าพเจ้าได้รับการยกย่องว่ามีความสามารถใน การทำงาน จากเพื่อนร่วมงาน					
17	ข้าพเจ้าได้รับการให้กำลังใจจากหัวหน้างานอยู่ เสมอ เมื่อเกิดความท้อถอยในการทำงาน					
18	ข้าพเจ้าได้รับการให้กำลังใจจากเพื่อนร่วมงาน อยู่เสมอ เมื่อเกิดความท้อถอยในการทำงาน					
19	ข้าพเจ้าสามารถขอความช่วยเหลือจากหัวหน้า งาน เมื่อต้องการคำแนะนำวิธีการทำงานที่ ถูกต้อง					
20	ข้าพเจ้าสามารถขอความช่วยเหลือจากเพื่อน ร่วมงาน เมื่อการทำงานเกิดการติดขัดหรือมี ปัญหา					
21	ข้าพเจ้าสามารถควบคุมความวิตกกังวลที่มีต่อ การทำงานได้					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มั่นใจ มาก ที่สุด 5	มั่นใจ มาก 4	มั่นใจ ปาน กลาง 3	มั่นใจ น้อย 2	มั่นใจ น้อย ที่สุด 1
22	ข้าพเจ้าสามารถปฏิเสธอย่างในคำขอร้องให้ทำบางสิ่งบางอย่างที่ไม่มีเหตุผลจากผู้อื่นได้					
23	ข้าพเจ้าสามารถเข้ากับบุคคลรอบข้างได้เป็นอย่างดี					
24	ข้าพเจ้าสามารถทำความคุ้นเคยกับบุคคลอื่นที่เพิ่งพบกันใหม่ได้					
25	ข้าพเจ้าสามารถระงับความเครียดในการทำงานได้					
26	ข้าพเจ้าไม่รู้สีกดดัน เมื่อได้รับงานที่ท้าทาย					
27	ข้าพเจ้าไม่มีความรู้สึกด้อยค่ากว่าผู้อื่น					
28	ข้าพเจ้าสามารถแสดงความคิดเห็นได้ เมื่อไม่เห็นด้วยกับผู้อื่น					
29	ข้าพเจ้าสามารถเผชิญปัญหาที่อยู่ตรงหน้าได้โดยไม่ท้อถอย					
30	ข้าพเจ้าสามารถเผชิญหน้ากับบุคคลที่มีความขัดแย้งได้					
31	ข้าพเจ้าสามารถหาลูกค้าจากญาติพี่น้อง					
32	ข้าพเจ้าสามารถหาลูกค้าจากเพื่อนสมัยเรียน					
33	ข้าพเจ้าสามารถหาลูกค้าจากผู้ที่ไม่ค่อยรู้จัก					
34	ข้าพเจ้าสามารถหาข้อมูลของลูกค้าเป้าหมายได้					
35	ข้าพเจ้าทราบลักษณะและคุณภาพของสินค้าที่ข้าพเจ้าขายเป็นอย่างดี					
36	ข้าพเจ้าทราบความต้องการของลูกค้าที่มีต่อสินค้าเป็นอย่างดี					
37	ข้าพเจ้าทราบรสนิยมของลูกค้าที่มีต่อสินค้าเป็นอย่างดี					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มั่นใจ มาก ที่สุด 5	มั่นใจ มาก 4	มั่นใจ ปานกลาง 3	มั่นใจ น้อย 2	มั่นใจ น้อย ที่สุด 1
38	ข้าพเจ้าสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้มีต่อสินค้าได้					
39	ข้าพเจ้าสามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ว่าลูกค้าต้องการซื้อหรือไม่					
40	ข้าพเจ้าสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้โดยละเอียด และชัดเจนแก่ลูกค้า					
41	ข้าพเจ้าสามารถให้ข้อมูล เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้าได้					
42	ข้าพเจ้าสามารถอธิบายให้ลูกค้ามั่นใจในคุณภาพของสินค้าได้					
43	ข้าพเจ้าสามารถตอบข้อซักถามของลูกค้าได้					
44	เมื่อลูกค้าโต้แย้งข้าพเจ้าสามารถตอบข้อโต้แย้งได้เสมอ					
45	ข้าพเจ้าสามารถแยกแยะได้ว่าเรื่องใดเป็นข้อโต้แย้งที่แท้จริงของลูกค้า					
46	ข้าพเจ้าสามารถสังเกตท่าทางของลูกค้าได้ว่าจะซื้อสินค้าหรือไม่					
47	ข้าพเจ้าสามารถสอบถามอย่างอ้อม ๆ ได้ว่าลูกค้าต้องการซื้อสินค้าหรือไม่					
48	ข้าพเจ้าสามารถชักนำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าได้					
49	ข้าพเจ้าพยายามอธิบายวิธีการใช้สินค้า และซักถามข้อข้องใจกับลูกค้าเสมอ					
50	ข้าพเจ้าพยายามติดต่อลูกค้าอย่างสม่ำเสมอหลังการขาย					
51	ข้าพเจ้าสามารถสร้างความประทับใจในการให้บริการแก่ลูกค้า					

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความมั่นใจในงานขาย

ท่านคิดว่าการที่ท่านมี “ความมั่นใจในการทำยอดขาย...ให้บรรลุตามเป้าหมาย” มีผลต่อการปฏิบัติงานของท่านหรือไม่ อย่างไร

- () มีผลต่อการปฏิบัติงานขาย
() ไม่มีผลต่อการปฏิบัติงานขาย

(อย่างไร).....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณท่านเป็นอย่างยิ่งที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ เป็นอย่างดี

นพดล เพิ่มสมบูรณ์

ผู้วิจัย

*หมายเหตุ ข้อมูลในแบบสอบถามเป็นความลับเฉพาะบุคคล กรุณานำแบบสอบถามใส่ซองที่แนบมากับแบบสอบถาม พร้อมทั้งปิดซองให้สนิท และนำส่งให้ผู้แจกแบบสอบถาม ขอบพระคุณ

--	--	--	--	--

แบบสอบถามสำหรับหัวหน้างานขาย

เรื่อง ปัจจัยด้านการสอนงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

เรียน ผู้จัดการฝ่ายขาย/หัวหน้างานขาย

คำชี้แจง

1. แบบประเมินผลการปฏิบัติงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ ของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ เพื่อนำไปวิเคราะห์ในงานวิจัย

2. ผู้วิจัยขอรับรองว่าการตอบแบบประเมินฯ ของท่านจะไม่มีผลในทางลบต่อตัวท่าน ลูกน้อง และ บริษัทของท่าน เพราะข้อมูลที่ได้จะนำไปประมวลผล และนำเสนอในภาพรวมระดับภูมิภาคเท่านั้น โดยคำตอบในแบบประเมินฯ จะถือเป็นความลับ เพื่อการประมวลผลสำหรับการวิจัยครั้งนี้เท่านั้น ซึ่งจะมีเพียงผู้วิจัยและอาจารย์ที่ปรึกษาที่เห็นข้อมูลในแบบประเมินฯ

3. ขอความกรุณาท่านประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงานขายที่ท่านดูแลอยู่หรือเป็นลูกน้องของท่าน (ข้อข้อ 4) ซึ่งการประเมินทุกข้อ ไม่มีถูกหรือผิด ขอให้ท่านประเมินตามความเป็นจริง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ที่สุด ซึ่งจะนำไปสู่ผลการวิจัยที่ถูกต้อง โดยแบบประเมินฯ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) แบบประเมินผลการปฏิบัติงานขาย และ 2) แบบประเมินผลการขาย

5. หลังจากประเมินฯ เรียบร้อยแล้ว กรุณานำแบบประเมินรวบรวมใส่ซองที่ผู้วิจัยเตรียมไว้ให้แล้วปิดผนึก ส่งแบบประเมินฯ คืนให้ผู้แจกแบบสอบถาม ภายในวันที่.....

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีมา ณ โอกาสนี้

นายพนพล เพิ่มสมบูรณ์

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ส่วนที่ 1 แบบประเมินผลการปฏิบัติงาน

คำชี้แจง. โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหลังข้อความที่ตรงระดับผลการปฏิบัติของพนักงานขายที่เป็นจริง เพียงข้อละ 1 ช่อง โดยใช้เกณฑ์การประมาณค่าระดับผลการปฏิบัติของพนักงานขาย 5 ระดับ ดังนี้

ข้อ	ประเด็นการประเมิน	ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงาน				
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
		5	4	3	2	1
1	พนักงานขายมี <u>ท่าทาง</u> ที่เหมาะสมกับการเป็นพนักงานขาย					
2	พนักงานขายมีความสามารถในการพูดเพื่อ <u>จูงใจลูกค้า</u> เป็นอย่างดี					
3	พนักงานขาย <u>แต่งกาย</u> เหมาะสม ถูกระเบียบตามที่องค์กรกำหนด					
4	พนักงานขายมีความสุภาพต่อ <u>หัวหน้างาน</u>					
5	พนักงานขายมีความสุภาพ และเป็น <u>มิตรต่อ</u> เพื่อนร่วมงาน					
6	พนักงานขายมีความสุภาพต่อ <u>ลูกค้า</u>					
7	พนักงานขายมีความ <u>กระตือรือร้น</u> ในการทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย					
8	พนักงานขายมีความ <u>ตั้งใจ</u> ในการทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย					
9	พนักงานขายมีความ <u>ซื่อสัตย์</u> ในการปฏิบัติงาน					
10	พนักงานขายมีความ <u>รับผิดชอบ</u> ในภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย					
11	พนักงานขายมีความสามารถในการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ เกี่ยวกับการขาย					
12	พนักงานขายมีความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาในงานขาย					
13	พนักงานขายมีความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการปฏิบัติงานขาย					

ข้อ	ประเด็นการประเมิน	ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงาน				
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
		5	4	3	2	1
14	พนักงานขายสามารถให้ข้อมูล และอธิบายคุณสมบัติและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ในแต่ รุ่น และแบบรถยนต์ได้					
15	พนักงานขายสามารถตอบคำถามเกี่ยวกับการ ซื้อขาย เช่าซื้อ การชำระเงิน การจดทะเบียนฯ ได้อย่างชัดเจน					
16	พนักงานขายทำงานให้บริการด้านเอกสาร ทั้งหมดตั้งแต่ต้นจนเสร็จสมบูรณ์ได้					
17	พนักงานขายมีข้อมูลเกี่ยวกับการขายของ คู่แข่ง					
18	พนักงานขายมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ นโยบายขององค์กร					
19	พนักงานขายเข้าใจในภาพลักษณ์ และสภาพ การดำเนินขององค์กร					
20	พนักงานขายสามารถวางแผนการขายได้					
21	พนักงานขายสามารถจัดลำดับขั้นตอนการ ทำงานให้เป็นระเบียบ และมีประสิทธิภาพได้					
22	พนักงานขายสามารถปฏิบัติงานขายให้ได้ผล ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้					
23	พนักงานขายสามารถปฏิบัติงานขายได้อย่าง ถูกต้องไม่เกิดความผิดพลาด					
24	พนักงานขายสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นใน งานขายได้					
25	พนักงานขายสามารถตัดสินใจได้อย่าง เหมาะสมทันต่อเหตุการณ์					
26	พนักงานขายปฏิบัติตามนโยบายขององค์กร อย่างเคร่งครัด					

ส่วนที่ 2 แบบประเมินผลการขาย

คำชี้แจง. โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหลังข้อความที่ตรงผลการปฏิบัติของพนักงานขายที่เป็นจริงเพียงข้อละ 1 ข้อ

2.1 ขอให้ท่านประเมินความสามารถในการขายของพนักงานขายว่ามีความสามารถอยู่ในระดับใด.

- () มีความสามารถในการขายอยู่ในระดับสูง
- () มีความสามารถในการขายอยู่ในระดับปานกลาง
- () มีความสามารถในการขายอยู่ในระดับต่ำ

ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างยิ่งที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ เป็นอย่างดี

นพดล เพิ่มสมบูรณ์

ผู้วิจัย

*หมายเหตุ ขอความกรุณาท่านผู้ประเมิน นำแบบประเมินฯ ใส่ซองที่เตรียมไว้ให้
พร้อมทั้งปิดซองให้สนิท และนำส่งให้ผู้แจกแบบสอบถาม ขอขอบพระคุณ

สัญลักษณ์แทนค่าสถิติและกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปร

สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติ

\bar{X}	คือ	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	คือ	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	คือ	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-test
Sig.	คือ	ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ
R	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุ (Regression Coefficient)
R ²	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (Multiple Coefficient of Determination)
R ² adj	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เมื่อปรับแล้ว
Beta	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
F Overall	คือ	ค่าสถิติ F-test ของสมการพยากรณ์
b	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
a	คือ	ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์
SE b	คือ	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของ b

สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปร

Coach	คือ	การสอนงาน
CH object	คือ	การกำหนดวัตถุประสงค์
CH motivation	คือ	การจูงใจหรือการให้รางวัล
CH tall	คือ	การบอกเล่าและแสดงให้ดู
CH test	คือ	การทดสอบความรู้ ความเข้าใจ
CH act	คือ	การนำความรู้ไปปฏิบัติ
CH check	คือ	ตรวจสอบติดตาม
CH feed	คือ	การป้อนข้อมูลย้อนกลับ
SE	คือ	การรับรู้ความสามารถของตนเอง

SE source	คือ	ผลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่เกิดจากแหล่งที่มาของการรับรู้ความสามารถของตนเอง
E acc	คือ	การประสบความสำเร็จในการปฏิบัติ
SE vic	คือ	การได้เห็นต้นแบบ
SE ver	คือ	การพุดช้กูง
SE emo	คือ	การกระตุ้นอารมณ์
SE sale	คือ	การรับรู้ความสามารถของตนเองในกระบวนการขาย
SE pro	คือ	การแสวงหาลูกค้า
SE pre	คือ	การเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า
SE app	คือ	การเข้าพบลูกค้า
SE pres	คือ	การเสนอขาย
SE over	คือ	การขจัดข้อโต้แย้ง
SE close	คือ	การปิดการขาย
SE foll	คือ	การติดตามหลังการขาย
JOB Perform	คือ	ผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์
JOB_Res	คือ	ผลการปฏิบัติงานขาย
JOB_Com	คือ	ความสามารถในการขาย

ประวัติผู้เขียน

นายณพล เพิ่มสมบูรณ์ เกิดเมื่อวันที่ 25 มกราคม 2526 ภูมิลำเนาเดิมเป็นชาวจังหวัดนครราชสีมา จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนราชสีมาวิทยาลัย 2 และจบการศึกษาระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจ (บริหารทรัพยากรมนุษย์) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา และศึกษาต่อระดับปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จังหวัดนครราชสีมา

ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้บริหาร (บริหารและงานบุคคล) บริษัทสตาร์เวลล์ บิซิเนส (1998) จำกัด สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ อาคารอิมวีส 857/1 หมู่ที่ 13 ถนน สุรนารายณ์ ตำบลจอหอ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30310

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ 535 หมู่ที่ 9 ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา